

**ABSTRAK**  
**ANALISIS SIKAP KONSUMEN**  
**TERHADAP ATRIBUT PAKET KREDIT SEPEDA MOTOR BEKAS**  
Studi pada Sinar Jaya Motor

**NURLAILA**

**UNIVERSITAS SANATA DHARMA**  
**YOGYAKARTA**  
**2005**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui profil konsumen, atribut yang dianggap paling penting oleh konsumen, dan sikap konsumen terhadap atribut paket kredit sepeda motor bekas. Penelitian ini dilakukan di Sinar Jaya Motor, Yogyakarta.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Sampel yang diteliti adalah konsumen yang mengambil kredit sepeda motor bekas di Sinar Jaya Motor, dengan jumlah 50 orang responden. Sampel diambil dengan menggunakan metode *Accidental Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui karakteristik konsumen adalah Analisis Presentase. Sedangkan untuk atribut yang dianggap paling penting oleh konsumen digunakan Analisis Prioritas Kepentingan. Untuk mengetahui sikap konsumen digunakan Analisis Multiattribute Attitude Model (MAM).

Hasil yang diperoleh dari analisis profil konsumen adalah bahwa persentase terbesar adalah pria, usia 31-40 tahun, lulusan SMA/SMK, pegawai swasta berpenghasilan Rp. 500.000,00 - 750.000,00/per bulan dan merk kendaraan yang dibeli adalah Honda. Dari analisis prioritas diketahui bahwa atribut harga yang terjangkau merupakan prioritas utama disusul dengan uang muka ringan, angsuran ringan, kondisi bagus, syarat mudah, harga sesuai mutu, merk produk, promosi menarik, penyebaran brosur dan jangka waktu kredit. Dari analisis MAM diperoleh hasil bahwa sikap konsumen secara keseluruhan terhadap atribut paket kredit sepeda motor bekas adalah puas atau positif.

**ABSTRACT**  
**AN ANALYSIS ON CONSUMER'S ATTITUDES TOWARD CREDIT  
PACKAGE ATTRIBUTES OF SECOND-HAND MOTOR BIKES**  
**A Study at Sinar Jaya Motor**

**NURLAILA**

**SANATA DHARMA UNIVERSITY  
YOGYAKARTA  
2005**

The purposes of this research are to find out the characteristic of consumers, the most important attribute as perceived by the consumers' and the consumers' attitude toward credit package attributes of second-hand motor bike. This research was conducted at Sinar Jaya Motor, Yogyakarta.

The techniques of collecting data were interviews, questionnaires, and documentation. The sample consisted of consumers who took the credit of second-hand motor bike at Sinar Jaya Motor of 50 respondents. The technique of analyzing data to come up with consumer characteristics was the Percentage Analyzing. For the most important attribute as perceived by consumers, Analyzing of Importance Priority was used, and for finding out consumers attitude, the Analysis of Multi-Attribute Attitude Model (MAM) was used.

Result obtained from the percentage analysis showed that the biggest percentage of consumer were men, 31-40 years old, graduated from SMA/SMK, private sector employees who earned Rp 500.100 – 750.000,- per month, and the brand of vehicles bought was Honda. From the important priority analysis, price attribute was the main priority followed by the small down payment, small credit installment, condition, easiness in credit term, price product quality relationship, brandname, interesting promotion, brochure and credit period. While from the MAM, result showed that consumers overall attitude toward the credit package of the second-hand motor bike was satisfied or positive.