

ABSTRAK

PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP SIKAP KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi kasus pada Penerbitan Surat kabar Harian BERNAS (SKH) Yogyakarta)

ANTONIUS RAPE WITHIN
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2004

Tujuan dari penelitian ini adalah, 1) untuk mengetahui karakteristik konsumen SKHU Bernas, 2) untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap sikap konsumen SKHU Bernas, 3) untuk mengetahui atribut produk manakah yang paling dominan mempengaruhi sikap konsumen SKHU Bernas. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan kuesioner.

Teknik analisis data yang digunakan adalah, 1) analisis persentase untuk mengetahui karakteristik konsumen SKHU Bernas. 2) analisis *Multiattribute Attitude Model* (MAM) di gunakan untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap sikap konsumen SKHU Bernas. 3) analisis prioritas kepentingan di gunakan untuk mengetahui atribut produk manakah yang paling dominan mempengaruhi sikap konsumen SKHU Bernas.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan, bahwa pengaruh atribut produk terhadap sikap konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sangat positif dan atribut produk yang paling dominan adalah keaktualan berita.

ABSTRACT
THE INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTES ON THE ATTITUDE OF
BERNAS READERS

(A Case Study At Bernas Publisher Company in Yogyakarta)

ANTONIUS RAPE WITHIN
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA
2004

The aims of this research are 1) To find out the characteristics of readers of Bernas daily newspaper; 2) To know the influence of the newspaper's attributes on the readers' attitude; 3) To identify the attribute which highly influence their attitude. The methods of collecting data are interview and questionnaire.

The techniques for analyzing the data are percentage analysis for knowing the reader's characteristics, Multiattribute Attitude Model (MAM) analysis to know the influence of Bernas newspaper's product attribution, and interest priority analysis is used to know which the most important product attribute for the readers is.

Based on the research result, it shows that the influence the of product attributer on the readers' attitude in purchasing the Bernas newspaper is quite positive ~~and the~~ most dominant product attribute is actuality of the news.