

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT

PRODUK ROKOK

Studi Kasus pada konsumen rokok “A Mild“ di Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma Yogyakarta tahun 2005

Ika Ratnaningrum Damayanti

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2005

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen, atribut yang dianggap paling penting oleh konsumen, dan sikap konsumen terhadap atribut rokok “A Mild”. Penelitian ini dilakukan di Universitas Sanata Dharma Fakultas Ekonomi. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode kuesioner, wawancara dan observasi. Sampel yang digunakan adalah konsumen rokok “A Mild” dengan jumlah 50 orang responden, dengan menggunakan metode *Insidental*.

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui karakteristik konsumen adalah **Analisis Persentase**, untuk atribut yang paling penting oleh konsumen digunakan **Analisis Prioritas Kepentingan**, dan untuk mengetahui sikap konsumen digunakan **Analisis Multiattribute Attitude Model**.

Hasil yang diperoleh dari analisis masalah pertama diperoleh keterangan bahwa sebagian besar konsumen rokok “A Mild” adalah laki-laki, berusia antara 20 sampai 23 tahun, memiliki uang saku kurang dari Rp 500.000,00 perbulan, mengkonsumsi rokok lebih dari 2 tahun dan dalam sehari konsumen mengkonsumsi rokok kurang dari 1 bungkus. Dari masalah kedua, diketahui bahwa atribut rasa, dan harga paling penting bagi konsumen. Dari masalah ketiga dengan analisis Multiattribute Attitude Model diperoleh hasil bahwa sikap konsumen secara keseluruhan terhadap atribut produk rokok “A Mild” adalah sangat baik/ positif.

ABSTARCT

AN ANALYSIS OF THE CONSUMER ATTITUDES TO ATTRIBUTES OF CIGARETTES PRODUCTS

Case Study to the consumer of “A Mild” Cigarettes in Faculty of Economy
Sanata Dharma University Yogyakarta year 2005

Ika Ratnaningrum Damayanti

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2005

The aims of this research were to identify the characteristics of “A Mild” consumers, which contributed to consumer attitude and to describe consumer attitude toward “A Mild” cigarette. This research was conducted in Faculty of Economy Sanata Dharma University Yogyakarta

The research was done by distributing questionnaires to fifty respondents by a *Insidental Sampling*. The samples were consumers who had bought and tasted cigarette products of “A Mild”. **Percentage Analysis** was to analyze the data, especially to understand the characteristics of the consumers. To identify which attribute was considered as the most important, **Interest Priority Analysis** was used. **Multi-attribute Attitude Model** was used to understand the consumers attitude.

The result showed “A Mild” that most of consumers are men, aged between 20 to 23 years, had a allowance less than Rp 500.000,00 per month, had consumed cigarettes more than two years and the consumers consume cigarettes less than a package a day. Most of the consumers trend to prioritize the taste and price of “A Mild”. The overall consumers attitude to the attribute of “A Mild” cigarette product are very good/positive