

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP JASA WARUNG INTERNET

Studi Kasus Pada Warung Internet “Chamber” Gejayan Yogyakarta

Agustinus Erwin Tri R

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2005

Tujuan penelitian skripsi ini adalah (1) Untuk mengetahui karakteristik konsumen warung internet “Chamber” Gejayan Yogyakarta, (2) Untuk mengetahui atribut yang menjadi prioritas konsumen dalam keputusan penggunaan jasa warung internet “Chamber” Gejayan Yogyakarta, (3) Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut jasa warung internet.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, wawancara, dan observasi. Sampel penelitian berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Untuk menganalisis masalah pertama digunakan teknik analisis *persentase*, masalah kedua menggunakan analisis prioritas kepentingan, dan masalah ketiga menggunakan analisis *Multiatribute Attitude Mode*.

Dari masalah pertama diketahui bahwa konsumen yang menggunakan atribut jasa warung internet “Chamber Net” sebagian besar berjenis kelamin wanita, berusia antara 22-27 tahun, pendidikan terakhir SLTA atau sederajat, yang mempunyai pekerjaan sebagai mahasiswa atau pelajar, tingkat penghasilan atau uang saku per bulan antara Rp. 350.000,00 - Rp. 1.000.000,00. Atribut yang menjadi prioritas konsumen adalah atribut harga, fasilitas, pelayanan, dan yang terakhir adalah lokasi. Hasil analisis masalah ketiga menunjukkan bahwa sikap konsumen secara keseluruhan terhadap atribut jasa warung internet “Chamber” Gejayan Yogyakarta adalah relatif sangat baik. Hal itu ditunjukkan dengan nilai Ab sebesar 78,3 yang terletak pada skala 0-80 dan artinya itu merupakan daerah skala sangat positif atau sangat baik.

ABSTRACT

CONSUMER'S BEHAVIOR ANALYSIS ON INTERNET CAFE SERVICE A Case Study to Chamber Internet Cafe, Gejayan Yogyakarta

Agustinus Erwin Tri R
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2005

The objectives of this research were (1) to acknowledge the consumers' characters in **Chamber** Internet Café, Gejayan Yogyakarta, (2) to figure out the attributes of consumers' prominent priorities in using **Chamber** Internet Café Service in Gejayan, Yogyakarta, (3) to acknowledge consumers' behavior to internet café's serving-attributes.

The data-collecting techniques used were questionnaire, interview, and observation covering one hundred respondents as samples. The research used the *Accidental Sampling* technique. Percentage analysis technique was used to analyze the first case, interest priority analysis for the second case and Multi Attribute Attitude Mode for the third case.

From the first case, it could be concluded that most of the consumers using **Chamber Net** Internet Café service were female, aged between 22 – 27 years old, senior high schools educated who get earnings or stipend between three hundred and fifty thousand rupiahs – one million rupiahs per month. The attributes turned out to be consumers' priorities were price, facility, service and café location. The results of the third case showed that consumers' behavior in general was relatively very good in satisfaction to serving-attributes of **Chamber** Internet Café, Gejayan Yogyakarta. It was indicated by Grade Ab of 78,3 on 0 – 80 scale which is a positive range scale or very good.