

## ABSTRAK

# **“ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT JASA PERUSAHAAN OTOBUS”**

Studi kasus pada : “ Perusahaan Otobus Putra Remaja di Muntilan”

**Fajar Budi Santoso**

**UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA  
2005**

Tujuan dari diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Profil konsumen pengguna jasa, 2) Atribut yang paling mempengaruhi keputusan konsumen 3) Sikap konsumen terhadap atribut atribut jasa Perusahaan Otobus.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara kuesioner, wawancara dan observasi. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna Perusahaan Otobus Putra Remaja yang menggunakan bus minimal 2 kali, sejumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Alat analisis yang dipergunakan : 1) Analisis Persentase, 2) Analisis Prioritas Kepentingan, 3) Analisis *Multtiattribute Attitude Model*.

Hasil analisis yang diperoleh : 1) Sebagian besar konsumen berjenis kelamin (58%), usia sebagian konsumen antara 31-40 tahun (37%), profesi pekerjaan konsumen sebagai Pegawai Swasta (48%), pendidikan terakhir yang ditempuh adalah SMU/ sederajat (58%), tingkat penghasilan konsumen lebih dari Rp 800.001,- (32%), jumlah frekuensi konsumen dalam menggunakan bus Putra Remaja lebih dari lima kali (53%).

Atribut jasa yang diteliti dibatasi hanya atribut pelayanan, fasilitas, kenyamanan, harga, dan kondisi bus. 2) Atribut yang paling mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan bus malam cepat Putra Remaja adalah kenyamanan karena memperoleh nilai tertinggi sebesar 2219,95. 3) Sikap konsumen terhadap atribut jasa Perusahaan Otobus adalah “sangat puas”. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan Analisis *Multtiattribute Attitude Model* yang diperoleh sebesar, yaitu 56,15.

## ABSTRACT

### AN ANALYSIS ON CONSUMER' ATTITUDE TOWARD A ATTRIBUTES OF A BUS COMPANY

*A case study on Putra Remaja Bus Company, Muntilan*

**Fajar Budi Santoso**

**SANATA DHARMA UNIVERSITY  
YOGYAKARTA  
2005**

The aim of this research is to figure out : 1) Profile of consumer of company services, 2) The most influential attribute in making decision, 3) Consumers' attitude toward the company's service attributes.

The data gathering techniques used in this research are questionnaire, interviews and observation. The sample used in this research consists of 100 respondents. The sampling technique used in this study is accidental sampling. The data analysis of this study are : 1) Percentage Analysis, 2) Priority Attribute Analysis, 3) *Multiattribute Attitude Model Analysis*

The results acquired are : 1) Most of the consumers are male, (58%), several them are about 31-40 years old (37%). About (48%) of the respondents are private employers. The educational backgrounds of the respondents are mostly Senior High School (58%). About (32%) of the respondents monthly income are Rp. 800.000,-. About (53%) of the respondents ude the bus more than 5 times.

Service attributes research are assistance attribute, facility attribute, comfort attribute, price and bus condition. 2) The most influential attribute in making decision is comfort since it obtained the highest score of 2219,95. 3) Consumers' attitudes toward the bus service attributes is "very satisfied". It is indicated by the results *Multiattribute Attitude Model Analysis* of 56,15.