

## ABSTRAK

### ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK PONSEL

### MEREK NOKIA

Studi kasus pada mahasiswa Universitas Sanata Dharma di Yogyakarta

Theresia Wiwit Sutrianingsih

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta 2004

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana karakteristik, sikap konsumen terhadap atribut produk ponsel merek Nokia yang meliputi model, fasilitas, harga dan purna jual. Penelitian ini merupakan studi kasus yaitu pada mahasiswa Universitas Sanata Dharma.

Sampel yang diambil sebanyak 100 orang yang terdiri dari laki-laki sebanyak 42 orang dan perempuan 58 orang. Usia responden <20 tahun 34%, 20-24 tahun 42% dan >24 tahun 24%. Semester yang ditempuh responden ;semester VI 60%, semester VIII 20%, semester X 3% dan semester XII 7%. uang saku yang dikeluarkan setiap bulannya berkisar antara < Rp 500.000 sebanyak 33%, antara Rp 500.000- Rp 700.000 sebanyak 50% dan >Rp 700.000 sebanyak 17%. Sedangkan untuk pengeluaran khusus untuk keperluan ponsel /bulannya adalah < Rp 100.000 sebanyak 20%, antara Rp 100.000- Rp 150.000 sebanyak 70% dan > Rp 150.000 sebanyak 10%. Dan tujuan para responden menggunakan ponsel sebagai alat Bantu komunikasi sebanyak 81%, gaya 15 a5 dan lainnya 4%.

Hasil dari analisis data yang menggunakan Analisis Fishbein *Attitude Model* diperoleh skor sikap ( $A_o$ ) terhadap atribut model sebesar 80,71; atribut fasilitas sebesar 82,67; atribut harga sebesar 78,63 dan atribut purna jual sebesar 81,86. karena hasil skor berada direntang skala 77-100, maka hipotesis pertama hingga keempat terbukti positif atau diterima.

## ABSTRACT

### ANALYSIS ON THE CONSUMER ATTITUDE TOWARDS PRODUCT ATTRIBUTES OF NOKIA CELLULAR TELEPHONE

A Case Study on Sanata Dharma University Yogyakarta

Theresia Wiwit Sutrianingsih  
Sanata Dharma University  
Jogyakarta 2004

The aim of this research is to know the profile and attitude of telephone cellular consumers towards the attributes of Nokia cellular telephone. The attributes include model, facility, price and after sale services. This research is a case study conducted on the students of Sanata Dharma University. The number of the sample is 100 consumers consisting of 42 males and 58 females.

The profile of the consumers is as follows : 1)Age : 34% of the consumers are 20 years old or less, 42% between 20 and 24 years old and 24% 24 years old or more ; 2) semester : 60% are on the 6<sup>th</sup> semester , 20% on the 8<sup>th</sup> semester, 3% on the 10<sup>th</sup> semester, and 7% on the 12<sup>th</sup> semester : 3)pocket money ; 33% of them have pocket money Rp 500.000 or less, 50% between Rp 500.000 and Rp 700.000, and 17% Rp 700.000. ; 4) operating expenses of cellular telephone per month : 20% of them have the monthly operating expenses for telephone cellular of Rp 100.000, 17% have between Rp 100.000 and Rp 150.000 , and 10% have Rp 150.000 or more. 5) The aim of the telephone cellular usage : 81% have the telephone cellular for communication, 15% for life style, and 4% for other aims.

The analysis of Fishbein Attitude Model produces the attitude score towards model of 80.71, towards facility of 82.67, towards prices of 78.63, and towards after sale services of 81.86. All the hypothesis are accepted, because the score is on the scale between 77 and 100.