

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK STUDI KASUS PADA TOKO BUKU GRAMEDIA YOGYAKARTA**

Aprilia Widyaseanty  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta 2004

Tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap atribut produk yang ditawarkan.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian ini diadakan di Toko Buku Gramedia Yogyakarta, Jl. Jendral Sudirman Yogyakarta. Obyek dari penelitian ini adalah konsumen toko buku Gramedia. Tehnik yang dipakai adalah wawancara, observasi, dan kuisisioner yang dibagikan kepada 100 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Analisis Prosentase, untuk mengetahui karakteristik konsumen ditinjau dari segi usia, pekerjaan, tingkat penghasilan, dan pendidikan terakhir. Tehnik analisis yang kedua yaitu Analisis Multiatribute Model (MAM) untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut produk pada Toko Buku Gramedia Yogyakarta, dan analisis yang ketiga yaitu analisis prioritas kepentingan. Analisis ini untuk mengetahui atribut-atribut yang paling menentukan sikap konsumen dalam membeli suatu produk.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah 1). Karakteristik konsumen yang membeli produk di Toko Buku Gramedia dilihat dari prosentasenya ditinjau dari jenis kelaminnya yang paling banyak adalah pria (61%). Ditinjau dari usia antara 21 tahun – 31 tahun dengan prosentase (63%). Ditinjau dari tingkat pendidikan paling banyak adalah perguruan tinggi dengan prosentase (52%). Ditinjau dari jenis pekerjaan paling dominan adalah mahasiswa/pelajar dengan prosentase (61%). Ditinjau dari pendapatannya rata-rata pendapatan konsumennya antara Rp. 300.000; – Rp. 500.000; dengan prosentase (36%). 2). Sikap konsumen Toko Buku Gramedia terhadap atribut produk sikapnya positif, yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata sikap konsumen (4,14. ). Sikap konsumen Toko Buku Gramedia terhadap atribut harga sikapnya positif, yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata sikap konsumen (2,29). Sikap konsumen Toko Buku Gramedia terhadap atribut pelayanan sikapnya positif, yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata sikap konsumen (5,67.). Sikap konsumen Toko Buku Gramedia terhadap atribut layout sikapnya positif, yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata sikap konsumen (1,18). Sikap konsumen Toko Buku Gramedia terhadap atribut promosi sikapnya positif, yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata sikap konsumen (5,21 ). Sikap konsumen Toko Buku Gramedia terhadap atribut fasilitas sikapnya positif, yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata sikap konsumen (18,85). 3). Atribut yang paling dominan yang mempengaruhi sikap konsumen dalam membeli produk adalah layout ditunjukkan dengan nilai rata-rata 1,18.

## ABSTRACT

### ANALYSIS ON THE COSTUMERS ATTITUDE TOWARD THE PRODUCT ATTRIBUTES A CASE STUDY AT GRAMEDIA BOOK STORE YOGYAKARTA

Aprilia Widyaseanty  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta 2004

The aim of this study is to know the customers attitude toward the attributes of the offered products.

This research is a case study, done at Gramedia bookstore Yogyakarta, JL. Jendral Sudirman Yogyakarta. The object of this research are the customers of Gramedia bookstore Yogyakarta. The data collection methods, which are used in this thesis, are interview, observation, and questioners distributing to 100 respondents. The persentage analysis is used to analyze the customers character based on age, job, level of salary and education. The Multiatribute Analyze Model (MAM) is the second method to analyze the customer's attitude toward the product attribute at Gramedia bookstore. The third method is Interest Priority Analysis. This method is used to analyze the attribute that influences the customer's decicion to buy a certain product.

The conclusions of this research are (1). The characteristics of the customers are as follows: 61% of them are male, 63% are between 21 and 31 years old, 52% have university degree, 61% are student, and 36% have salary between Rp 300.000 and Rp 500.000. (2). The customers attitude of Gramedia bookstore toward the product attributes is positive. It is shown by the value rate of the customers (4.14). The attitude of the Gramedia bookstore consumers toward the price is positive. It is shown by the value rate of customers (2.29). The attitude of the customers toward the service attribute is positive. It is shown by the value rate of customers (5.67). The attitude of the customers toward the layout attribute is positive. It is indicated in the velue rate (1.18) and the attitude toward the promotions attribute is positive. It is shown by it's value rate (5.21). The attitude of the costumers toward the facility attribute is positive. It is seen it's the value rate (18.66). (3). The most dominant attribute that influences the customers attitude to buy bookstore's products is the layout attribute. It is shown in the rate of value (1.18).