

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP MARKETING MIX

Studi kasus pada Toko Buku Andi Star
Jln Beo 38-40 Mrican, Sleman, Yogyakarta

Maria Gaudentia N. Naro
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2005

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap marketing mix dan mengetahui urutan tingkat kepentingan dari variabel-variabel marketing mix.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan kuesioner. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah analisis *Multiattribute Attitude Model (MAM)* dari Engel. Sampel yang diambil sebanyak 50 responden.

Dengan metode analisis data *Multiattribute Attitude Model (MAM)*, diperoleh 1) Sikap konsumen terhadap marketing mix adalah *positif atau baik*, hal tersebut dapat dilihat dengan nilai sikap konsumen terhadap variabel marketing mix yang mendekati nol. 2) urutan tingkat kepentingan dari variabel-variabel marketing mix adalah peringkat pertama adalah variabel produk, peringkat kedua variabel harga, peringkat ketiga variabel tempat, sedangkan peringkat keempat variabel promosi.

ABSTRACT
ANALYSIS ON THE CONSUMER BEHAVIOR
TOWARD MARKETING MIX

A case study at Toko Buku Andi Star
Sleman, Yogyakarta

Maria Gaudentia N. Naro
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2005

The purposes of the research were to find out the consumer behavior toward marketing mix and the rating of the importance of marketing mix variable.

The methods of research are interview, observation, questionnaire. The method of the analysis was Engel's Multiattribute Attitude Model analysis (MAM). The samples of the research were 50 respondents.

Multiattribute Attitude Model data analysis (MAM) found that : 1)The consumer behavior toward the marketing mix was positive or good ; it could be seen from the consumer attitude toward the marketing mix variable. 2) The rating of the importance of the marketing mix variable was product variable for the first place, followed by price variable for the second place, and place variable for the third and the last was promotion variable.