

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT SEPEDA MOTOR SUZUKI SHOGUN

Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Pakualaman, Yogyakarta

ARIEF SETYO NOVIANTO
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA

2006

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui karakteristik dan sikap konsumen terhadap atribut produk, serta untuk mengetahui atribut yang paling mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor merk Suzuki Shogun. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kuesioner yang dibagikan kepada para responden yang menggunakan sepeda motor merk Suzuki Shogun di Kecamatan Pakualaman, Yogyakarta.

Analisis data yang digunakan untuk mengetahui karakteristik konsumen adalah analisis persentase. Sedangkan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut sepeda motor Suzuki Shogun, yakni produk, harga, tempat, dan promosi, digunakan analisis *Multiattribute Attitude Model*. Untuk mengetahui atribut yang paling mempengaruhi keputusan pembelian digunakan analisis bobot kepentingan.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari hasil analisis persentase sebagian besar responden di Kecamatan Pakualaman, Yogyakarta adalah laki-laki (60%), berusia 35-45 (41%), dan berpenghasilan bulanan sebesar Rp.900.000–Rp.1.200.000 (49%).

Berdasarkan hasil analisis *Multiatribut Attitude Model* dapat diketahui bahwa sikap konsumen terhadap atribut sepeda motor Suzuki Shogun adalah sangat memuaskan. Dari hasil analisis bobot kepentingan dapat diketahui atribut yang paling mempengaruhi dalam pembelian sepeda motor Suzuki Shogun adalah harga.

ABSTRACT

AN ANALYSIS ON CUSTOMERS' ATTITUDE TOWARD THE ATTRIBUTES OF THE SUZUKI SHOGUN MOTORCYCLE

A Case Study Conducted at The Pakualaman Area, Yogyakarta

ARIEF SETYO NOVIANTO
UNIVERSITY SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2006

The aims of this research are to identify the characteristics and customers' attitude toward the attributes of Suzuki Shogun motorcycle, and to know which attribute has the strongest influence on purchase the decision a Suzuki Shogun motorcycle. A hundred respondents are selected as the sample this research. The data are obtained using questionnaires distributed to the customers of Suzuki Shogun motorcycle at Kecamatan Pakualaman area in Yogyakarta.

A Percentage Analysis is used to know the customers' characteristics at Kecamatan Pakualaman area, Yogyakarta. While a *Multiattribute Attitude Model* was used to analyze the customer's attitudes towards the attributes of the Suzuki Shogun motorcycle. The attributes are product, price, place, and promotion of Suzuki Shogun motorcycle. To know which attributes has the strongest influence on the purchase decision, the research used Weighted Interest Analysis.

Results of the Percentage Analysis show that most respondents at Kecamatan Pakualaman area, Yogyakarta are male (60%), 35–45 year old (41%), and earn between Rp.900.000–Rp.1.200.000 / month (49%)

Results of the *Multiattribute Attitude Models* Analysis show that the attitude of the customers toward the attributes of the Suzuki Shogun motorcycle are very satisfied. Results of the Weighted Interest Analysis show that attribute with the strongest influence on the purchase decision of Suzuki Shogun motorcycle is price.