

## **ABSTRAK**

### **PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK PEMBALUT WANITA CHARM STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI WILAYAH KELURAHAN CATURTUNGGAL, DEPOK, SLEMAN, YOGYAKARTA**

**DIAN MUSTIKA TANMAS  
UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA  
2003**

Tujuan penelitian ini adalah pertama, untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap atribut produk pembalut wanita CHARM. Kedua, untuk mengetahui apakah ada perbedaan persepsi konsumen dilihat dari tingkat usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan perbulan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data masalah pertama menggunakan Arithmetic Mean dan masalah kedua menggunakan Analisis Varian (ANOVA).

Berdasarkan analisis data persepsi konsumen terhadap atribut produk pembalut wanita CHARM maka diperoleh kesimpulan bahwa persepsi konsumen terhadap atribut produk pembalut wanita CHARM adalah sangat baik dan nilai F hitung lebih kecil daripada F tabel yang berarti tidak ada perbedaan persepsi konsumen terhadap atribut produk pembalut wanita CHARM dilihat dari tingkat usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan perbulan.

## **ABSTRACT**

### **CONSUMERS PERCEPTION TOWARDS THE ATTRIBUTE OF *CHARM* WOMEN'S SANITARY PRODUCT CASE STUDY OF CONSUMERS IN KELURAHAN CATUR TUNGGAL, DEPOK, SLEMAN, YOGYAKARTA**

**DIAN MUSTIKA TANMAS  
SANATA DHARMA UNIVERSITY  
YOGYAKARTA  
2003**

The purposes of the research were : (1). to find out the consumer perception on the attributes of *CHARM* women's sanitary product, (2). to find out whether there was a difference in consumer perception based on their age, highest education, occupation, and monthly income.

The data gathering techniques used in the research were interview and questionnaires. The data analysis techniques used were Arithmetic Mean and Variant Analysis (ANOVA).

The conclusion of the research were : (1). consumer perception on the attributes of *CHARM* women's sanitary product was very good, (2). There was no differences in consumer perception on *CHARM* women's sanitary product based on their age, highest education, occupation, and monthly income.