

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PENTINGNYA DESAIN PRODUK HP NOKIA

**Studi Kasus pada Konsumen HP Nokia di Dusun Mrican, Kelurahan Caturtunggal,
Kec.Depok, Kab. Sleman. Daerah Istimewa Yogyakarta**

**HARTATO
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2003**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil pengguna HP Nokia dan sikap pengguna HP Nokia terhadap desain HP Nokia yang meliputi : tampilan, keandalan, daya tahan, estetika, performansi, pelayanan, dan kualitas yang dirasakan.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Untuk mengetahui profil pengguna HP Nokia digunakan **Analisis Presentase**, sedangkan untuk mengetahui sikap pengguna HP Nokia terhadap desain HP Nokia yang meliputi : tampilan, keandalan, daya tahan, estetika, performansi, pelayanan, dan kualitas yang dirasakan digunakan **Analisis Multiattribute Attitude Method**.

Dari **Analisis Presentase** diperoleh hasil yaitu sebagian besar konsumen yang menggunakan HP Nokia adalah laki-laki (56%), berusia 17-25 th (94%), tingkat pendidikan terakhir adalah tamatan SLTA (91%), statusnya sebagai mahasiswa (91%), penghasilan/uang saku (per bulan) sebesar < Rp 500.000 (34%). Konsumen ponsel Nokia sebagian besar menggunakan Nokia seri 3310 & 8250 (13%). Dari **Analisis Multiattribute Attitude Method** diperoleh hasil bahwa sikap konsumen terhadap variabel desain produk HP Nokia adalah sangat positif karena terdapat pada interval skala perbandingan 0-100 sebesar 54,90.

ABSTRACT

THE ANALYSIS OF CONSUMER'S ATTITUDES TOWARD THE IMPORTANC OF PRODUCT DESIGN OF HP NOKIA

A Case Study on HP Nokia Consumers in Mrican Orchard,
Caturtunggal Chief of Village, Depok Subdisrict, Sleman Regency,
Special Region of Yogyakarta

HARTATO
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA
2003

The aims this research is to identify the profile of Nokia Mobile users and their attitudes toward the design of Nokia Mobile consisting of feature, reliability, durability, aesthetic, performance, servicebility, and perceived quality.

The research was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents by using *Purposive Sampling* method. In order to identify the profile of Nokia Mobile users, **Percentage Analysis** is used, where is to understand the attitude of Nokia Mobile users towards the design of Nokia Mobile the **Multiattribute Attitude Method Analysis** used.

Percentage Analysis showes 56% of the respondents largely consumers using is male, 94% is between 17-25 years old, 91% is Senior High School Graduate, 91% is University Students, 34% has monthly income or pocket money of <Rp 500.000, 13% use Nokia Mobile of 3310 and 8250 series. The Multiattribute Attitude Method Analysis, shows that the attitude of consumers toward product design of Nokia Mobile is very possitive due to the fact that it's comparison scale interval between 0-100.