

ABSTRACT

ANALISA SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK SHAMPO Studi Kasus Pada Mahasiswa di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

**Stefanus Susilo Hadi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2006**

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, 1) Karakteristik konsumen shampo merk Pantene; 2) Atribut yang menjadi prioritas utama yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk shampo merk Pantene; 3) Sikap konsumen terhadap atribut produk shampo Pantene.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma yang menggunakan shampo Pantene. Sampel yang digunakan adalah konsumen yang memakai produk shampo merk Pantene dan berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah: 1) *analisis persentase*; 2) *analisis prioritas kepentingan*; 3) *analisis Multiatribut Attitude Model*.

Berdasarkan hasil analisis data, dapat diketahui bahwa: 1) Data menunjukkan konsumen shampo merk Pantene adalah berjenis kelamin perempuan (65%), berusia antara 20 – 30 tahun (61%) berdasarkan pendidikan responden perguruan tinggi (100%) pekerjaan responden mahasiswa (100%) dan pendapatan atau uang saku berkisar antara Rp. 601.000 – Rp. 900.000 sebulan (39%). 2) Secara umum sikap konsumen terhadap atribut produk shampo merk Pantene adalah baik; 3) Urutan yang menjadi prioritas utama produk shampo merk Pantene adalah sebagai berikut: Urutan pertama adalah Kualitas, urutan kedua adalah Harga dan urutan ketiga Kemasan.

ABSTRACT

ANALYSIS OF CONSUMER'S ATTITUDE TO THE PRODUCT ATTRIBUTE OF PANTENE SHAMPOO

A Case Study on Students of Sanata Dharma University Yogyakarta

**Stefanus Susilo Hadi
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2006**

This research was conducted in Economics Faculty of Sanata Dharma University, Yogyakarta. The objectives are to find out: 1) Characteristics of consumers of Pantene shampoo; 2) The ultimate attribute affecting the decision of buying product of Pantene branded shampoo; 3) Consumer's attitude to the product attribute of Pantene shampoo.

Data collecting technique used were observation, interview, and questionnaire. The research population was student of Economics of Sanata Dharma University using Pantene Shampoo. 100 students were taken as research sample. Data analysis technique used were: 1) *the percentage analysis*; 2) *interest priority analysis*; 3) *analysis of multi-attribute attitude*.

Based on data analysis, it is found that: 1) the data showed that consumers of Pantene shampoo were female (65%), 20 – 30 years of age (61%) and education of respondent are university students (100%), occupation of respondent is university students (100%), and the monthly budget ranges between Rp. 601.000 – Rp. 900.000 per month (39%); 2) In general, the consumer's attitude toward the product attribute of Pantene shampoo is good; 3) the order of attributes of Pantene shampoo as follows: the first is Quality, the second is Price and the third is Package.