

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK KARTU PERDANA “AS “ Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta

Ricky Sinatra
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2005

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1) Atribut produk kartu perdana AS yang paling mempengaruhi sikap konsumen; 2) Bagaimana sikap konsumen terhadap atribut produk dari kartu perdana AS.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi, kuesioner. Sampel yang digunakan adalah konsumen yang menggunakan produk kartu perdana AS dan berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah : 1) Untuk mengetahui atribut produk dari kartu perdana AS yang paling mempengaruhi sikap konsumen digunakan *analisis prioritas kepentingan*; 2) Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut produk dari kartu perdana AS digunakan *analisis Multi Attribute Attitude Model*.

Berdasarkan hasil analisis data, dapat diketahui bahwa : 1) urutan prioritas atribut produk kartu perdana AS yang mempengaruhi sikap konsumen dalam membeli produk kartu perdana AS adalah sebagai berikut: urutan pertama adalah wilayah kartu perdana AS, urutan kedua adalah harga kartu perdana AS dan urutan prioritas berikutnya berturut – turut adalah sinyal, roaming, *voucher*, tarif, masa aktif, bonus, fasilitas, pelayanan; 2) Secara umum sikap konsumen terhadap keseluruhan atribut produk kartu perdana AS adalah positif.

ABSTRACT
ANALYSIS OF CONSUMER'S ATTITUDE
TOWARD
PRODUCT ATTRIBUTE OF "AS" STARTER PACK
A Case Study on Economics Faculty Students of
Sanata Dharma University, Yogyakarta

Ricky Sinatra
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2005

This research was conducted in Economics Faculty of Sanata Dharma University, Yogyakarta. The objectives are to find out: 1) product attributes of AS starter pack most influencing consumer's attitude; 2) consumer's attitude toward product attributes of AS starter pack.

Data collecting techniques used are interview, documentation, and questionnaire. Effective samples are consumers using AS starter pack of 100 respondents. Data analysis techniques used are: 1) *interest priority analysis* to determine product attributes of AS starter pack most influencing consumer's attitude; 2) *analysis of multi attribute attitude model* to determine consumer's attitude toward product attributes of AS starter pack.

Based on data analysis, it is found that: 1) priority order of product attributes of AS starter pack most influencing consumer's attitude to by AS starter pack shall be as follow: coverage area, price, signal, roaming, voucher, tariff, active period, bonus, facility, and service, respectively; 2) in general, consumer's attitude toward the whole attributes of AS starter pack is positive.