

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT SEPEDA MOTOR HONDA

Studi Kasus : Para Pengguna Jasa Bengkel Servis
Di PT. Tunas Jaya Mekar Armada
Jl. Laksda Adi Sucipto No. 63 Yogyakarta

Oleh :
Agustina Budi Astuti
99 1334 088
Universitas Sanata Dharma

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengidentifikasi karakteristik konsumen yang diteliti. 2) mengetahui atribut produk yang menjadi prioritas utama dalam keputusan pembelian sepeda motor Honda. 3) mengetahui sikap konsumen atribut sepeda motor Honda. 4) mengetahui apakah karakteristik konsumen mempengaruhi sikap konsumen terhadap atribut produk sepeda motor Honda.

Penelitian ini dilaksanakan di PT Tunas Jaya Mekar Armada. Dari jumlah populasi 1250 orang, diambil sampel 125 orang dengan teknik pengambilan sampel aksidental. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis persentase untuk masalah pertama, analisis prioritas kepentingan untuk masalah kedua, analisis *Multiattribute Attitude Model* untuk masalah ketiga, dan analisis Chi Square untuk masalah keempat.

Kesimpulan yang dihasilkan adalah : 1) sebagian besar pengguna jasa bengkel di PT. Tunas Jaya Mekar Armada adalah Pria, berusia 17 – 26 tahun, berpendidikan terakhir SMU, berpekerjaan pelajar atau mahasiswa, dan berpenghasilan antara Rp. 0 – Rp. 500.000. 2) atribut yang menjadi prioritas utama keputusan pembelian sepeda motor Honda adalah kualitas mesin. 3) sikap konsumen terhadap atribut sepeda motor Honda adalah positif. 4) ada pengaruh sikap konsumen terhadap atribut sepeda motor Honda menurut jenis kelamin dengan $\chi^2_{hit} = 11,58 > \chi^2_{tabel} = 7,815$. Ada pengaruh sikap konsumen terhadap atribut sepeda motor Honda menurut usia dengan $\chi^2_{hit} = 36,28 > \chi^2_{tabel} = 16,919$. Tidak ada pengaruh sikap konsumen terhadap atribut sepeda motor Honda menurut tingkat pendidikan dengan $\chi^2_{hit} = 6,25 > \chi^2_{tabel} = 7,815$. Ada pengaruh sikap konsumen mengenai atribut sepeda Motor Honda menurut jenis pekerjaan dengan $\chi^2_{hit} = 17,95 > \chi^2_{tabel} = 9,488$. Ada pengaruh sikap konsumen terhadap atribut sepeda motor Honda menurut tingkat penghasilan dengan $\chi^2_{hit} = 28,62 > \chi^2_{tabel} = 15,507$.

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF CONSUMERS' ATTITUDES TOWARD THE ATTRIBUTES OF "HONDA" MOTORBIKE

A Case Study : All of Service User of Workshop Service in "PT. Tunas Jaya Mekar Armada", Jl. Laksda Adi Sucipto No. 63, Yogyakarta

By :

Agustina Budi Astuti
99 1334 088

Sanata Dharma University

This research was aimed : 1) to identify the consumers' characteristics 2) to know the product attribute becoming special priority in decision to purchase of "HONDA" motorbike 3) to know consumers' attitudes toward the attributes of "HONDA" motorbike 4) to know whether or not consumers' characteristics influenced the consumers' attitudes to the attributes of "HONDA" motorbike.

This research was conducted at "PT Tunas Jaya Mekar Armada". From population at amount of 1250 people, the samples taken were 125 people with the technique of collecting sample was accidental sampling. The data analysis technique used were percentage analysis for the first problem, the importance of priority analysis for the second problem, Multiattribute Attitude Model for the third problem, and Chi Square for the fourth problem.

The conclusion of this research were as follows : (1) The service user of workshop service at "PT. Tunas Jaya Mekar Armada" mostly were male, age 17 - 26 year old, last education at Senior High School, students, and having income between Rp. 0 - Rp. 500.000 (2) The attribute becoming special priority in decision to purchase "HONDA" motorbike was the machine quality (3) The consumers' attitudes toward the attribute of "HONDA" motorbike was positive (4) The consumers' attitudes influenced the attributes of "HONDA" motorbike viewed from the sex ($X^2_{hit} = 11,58 > X^2_{tabel} = 7,815$). The consumers' attitudes influenced the attributes of "HONDA" motorbike viewed from age ($X^2_{hit} = 36,28 > X^2_{tabel} = 16,919$). No influence of consumers attitudes to attributes of "HONDA" motorbike viewed from the education ($X^2_{hit} = 6,25 > X^2_{tabel} = 7,815$). The consumers' attitudes influenced the attributes of "HONDA" motorbike viewed from the job ($X^2_{hit} = 17,95 > X^2_{tabel} = 9,488$). The consumers attitudes influenced the attributes of "HONDA" motorbike viewed from the income ($X^2_{hit} = 28,62 > X^2_{tabel} = 15,507$).