

ABSTRACT

CONSUMERS' RESPONSE TO THE ATTRIBUTES OF PRODUCT, PRICE, SERVICE AND FACILITIES CASE STUDY ON NEUTRON COLLEGE LEARNING GUIDANCE IN YOGYAKARTA

J. NANIK SISWATI A.
NIM : 89224051
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA

The aims of this thesis are :

To know the profile of the participants of this learning guidance college.

To know their response to the attributes of product, price, service and facilities provided by that college.

The method :

The population of this research is the third grade students of SMU, who join Neutron College. The sum of sample is 100 students. The sampling is proportional random sampling. Data collecting used are questionnaire, interview, observation and from documentation. Data analysis used are descriptive, percentage, multiattribute attitude model, chi-square, crosstabs and contingency coefficient analysis.

The findings :

Most of the participants are from public schools who want to pass the entrance tests to the state universities.

Their response to the attributes of product, price, service and facilities provided by Neutron Learning Guidance college is positive.

From four attributes (product, price, service and facilities), the strongest to influence the participants to choose Neutron College is product attribute with subattributes : guidance quality, level of presence and attitude of the teachers.

There are differences in consumers' attitudes towards product, price, service and facilities, viewed from consumers' profile.

ABSTRAK

Penelitian ini mengambil judul *Tanggapan Konsumen Terhadap Produk, Harga, Pelayanan, dan Fasilitas, Studi Kasus Pada Bimbingan Pelajar Neutron College*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui profil/gambaran umum peserta bimbingan belajar dan tanggapannya terhadap atribut Produk, Harga, Pelayanan dan Fasilitas yang lebih diutamakan dalam mengambil keputusan untuk mengikuti bimbingan belajar di Neutron College Yogyakarta.

Populasi dari penelitian ini adalah siswa SMU kelas III IPA dan IPS berjumlah 338 orang yang mengikuti bimbingan belajar di Neutron College. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang. Sampel diambil secara proporsional yang mewakili siswa SMU kelas III IPA dan IPS, memakai teknik pengambilan sampel proporsional random sampling dengan sistem undian. Metode pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner, wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik Analisis data dengan menggunakan analisis Deskriptif, analisis Persentase, analisis Multiattribute Attitude Model, analisis Chi Square, analisis Tabel Silang (crosstabs) dan analisis Koefisien Kontingensi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

- 1) Sebagian besar siswa peserta bimbingan belajar berasal dari sekolah negeri, yang bertujuan ingin lulus UMPTN.
- 2) Tanggapan siswa peserta bimbingan belajar terhadap atribut Produk, Harga, Pelayanan dan Fasilitas adalah positif/baik. Hal ini dapat dilihat pada analisis Persentase dan perhitungan analisis Multiattribute Attitude Model yang ditunjukkan pada skala sikap yang condong ke arah kiri yaitu $\Delta IPA IPS$ 57.
- 3) Dari keempat atribut yaitu Produk, Harga, Pelayanan dan Fasilitas. Urutan pertama adalah atribut produk yang meliputi sub atribut mutu bimbingan, absensi pengajar dan sikap pengajar yang paling mempengaruhi siswa peserta bimbingan belajar memilih Neutron College. Hal ini dapat dilihat dari analisis Koefisien Kontingensi.
- 4) Hasil analisis Chi Square sebagian besar menunjukkan ada perbedaan sikap konsumen terhadap atribut Produk, Harga, Pelayanan Dan Fasilitas ditinjau dari profil konsumen.