

ABSTRAK

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT
PAKET KREDIT SEPEDA MOTOR**

Studi kasus pada “Astra Internasional” Jl. Magelang Km. 7.2 Yogyakarta

Y.SIGIT UNTORO

UNIVERSITAS SANATA DHARMA

YOGYAKARTA

2002

Tujuan penelitian ini adalah: untuk mengetahui karakteristik konsumen, atribut kredit yang paling penting bagi konsumen dan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut paket kredit sepeda motor. Penelitian ini dilakukan di Astra Internasional di Jl. Magelang km.7.2 Yogyakarta.

Data dikumpulkan dengan menggunakan cara wawancara dan kuesioner. Sampelnya adalah konsumen pengambil kredit sepeda motor di Astra yang berjumlah 50 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen adalah dengan tabulasi frekuensi dan untuk mengetahui atribut yang paling penting bagi konsumen digunakan analisis prioritas kepentingan sedangkan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut paket kredit digunakan analisis Multiattribute Attitude Model.

Hasil yang diperoleh untuk analisis pertama adalah: responden pria sebanyak 33 responden dan wanita sebanyak 13 responden, usia responden antara 30-40 tahun sebanyak 21, pendidikan terakhir SMU sebesar 19 responden, pekerjaannya adalah Pegawai Swasta sebanyak 16 responden, penghasilan perbulan sebesar Rp. 300.000-Rp.700.000 sebanyak 31 responden, status perkawinan menikah sebanyak 38 responden dan motivasi membeli sepeda motor adalah untuk sarana transportasi sebanyak 23 responden. Untuk analisis atribut yang dianggap paling penting adalah: syarat kredit kemudian harga kredit disusul dengan hukum kredit dan terakhir fasilitas kredit. Untuk analisis sikap konsumen terhadap atribut paket kredit yang menggunakan analisis Multiattribute Attitude Model dapat diketahui sikap konsumen terhadap atribut paket kredit yang terdiri dari syarat kredit, harga kredit, fasilitas kredit dan hukum kredit hasilnya sebesar 8.6 dan ini di dalam skala tergolong sangat baik atau positif karena berada antara 0-100.

ABSTRACT

**AN ANALYSIS OF THE ATTITUDE OF CUSTOMERS TOWARD THE
ATTRIBUTES OF MOTORCYCLE CREDIT PACKAGE**

The case study on Astra International Jl. Magelang Km. 7.2 Yogyakarta

Y. SIGIT UNTORO
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA
2002

The aims of this research are to understand the characteristics of customer, which attribute is considered as the most important, and the attitude toward motorcycle credit package. This research was held at Astra International Jl. Magelang Km. 7.2 Yogyakarta.

Interview and questions were used in this research in order to obtain data. This sample are 50 user of the motorcycle credit package in Astra International. Analysis technique use to discribel the characteristics of customer is tabulation frequency and to understand the most important attribute for customer have been user the important priority analysis, ad case to understand customer attitude toward credit attribute package had been us the analysis of Multiattribute Attitude Model.

For the fist analysis the out comers that been got are 33 male and 13 female respondents the age respondents around 30-40 years 21 respondents, the graduated from Senior High School are 19 respondents, the accouption as private workers are 16 respondents, the monthly income around 300.000- 700.000 rupiah are 31 respondents, the married status are 38 respondents, and the motivation the buy motorcycle as are 23 respondents. For the attribute analysis that been important are credit requirement than the credit price, followed by credit law and at last the credit facility. For the at customer attitude toward the package of attribute credit that use Multiattribute Attitude Model analysis can be understand customer attitude toward the attribute package credit such us credit requirement, credit price, credit facility and credit law which have result on be 8.6 grade and in this scale can be concluse as good and positive result because a takes place between 0-100