

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN COUNTER “PANJOEL” DESAIN KAOS YOGYA

Shinta Tri Murni Hastuti

UNIVERSITAS SANATA DHARMA

2005

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) karakteristik konsumen “Panjoel” desain kaos Yogyakarta (2) sikap konsumen terhadap atribut produk, harga dan pelayanan counter “Panjoel” desain kaos Yogyakarta dan (3) ada tidaknya perbedaan sikap konsumen terhadap atribut produk, harga dan pelayanan ditinjau dari jenis kelamin, usia, tempat tinggal dan penghasilan.

Penelitian ini menggunakan sampel 50 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Analisis tabulasi* untuk mengetahui karakteristik konsumen dan sikap konsumen. Untuk mengetahui perbedaan sikap konsumen terhadap produk, harga dan pelayanan ditinjau dari jenis kelamin, usia, tempat tinggal dan penghasilan digunakan *Analisis Chi Square*.

Hasil penelitian sebagai berikut: (1) Karakteristik konsumen, (a) sebagian besar konsumen Panjoel adalah berjenis kelamin pria (b) sebagian besar konsumen Panjoel adalah berusia 21 tahun sampai 25 tahun. (c) sebagian besar konsumen Panjoel adalah bertempat tinggal di Yogyakarta. dan (d) sebagian besar konsumen Panjoel berpenghasilan Rp 351.000 sampai Rp 750.000. (2) Sikap konsumen terhadap produk, harga dan pelayanan counter Panjoel desain kaos Yogyakarta, (a) sikap konsumen terhadap produk adalah positif karena produk yang ditawarkan mempunyai desain yang khusus mengupas kekhasan budaya Yogyakarta yang unik dan lucu melalui visualisasi kartun (b) sikap konsumen terhadap pelayanan adalah positif karena pelayanan yang diberikan tidak mengecewakan, dengan karyawan yang ramah, familiar, cepat dan dapat mengatasi complain konsumen dengan baik (c) sikap konsumen terhadap harga adalah positif karena harga yang ditawarkan masih terjangkau oleh pelajar dan mahasiswa dengan bahan dan kualitas tidak mengecewakan. (3) Perbedaan sikap konsumen terhadap produk, harga dan pelayanan ditinjau dari jenis kelamin, usia, tempat tinggal dan penghasilan, (a) tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap produk yang ditinjau dari jenis kelamin, usia, tempat tinggal dan penghasilan (b) tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap pelayanan yang ditinjau dari jenis kelamin, usia, tempat tinggal dan penghasilan (c) tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap harga yang ditinjau dari jenis kelamin (d) ada perbedaan sikap konsumen terhadap harga yang ditinjau dari usia (e) tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap harga yang ditinjau dari tempat tinggal dan (f) tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap harga yang ditinjau dari penghasilan.

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF CUSTOMERS' ATTITUDES TOWARD THE PRODUCTS, PRICE AND COUNTER SERVICES OF "PANJOEL" SHIRT DESIGN, YOGYA

**Shinta Tri Murni Hastuti
SANATA DHARMA UNIVERSITY
2005**

The objectives of this research were to know: (1) the characteristics of customers of "Panjoel" shirt design, Yogyakarta, (2) the customers' attitudes toward the attributes of product, price and counter service of "Panjoel" shirt design, Yogyakarta and (3) whether or not there was difference of the customers' attitudes toward the attributes of product, price and service viewed from sex, age, resident and income.

This research used 50 people as samples. The data analysis technique used was *Tabulation Analysis* to know the customers characteristics and attitudes. *Analysis Chi Square* was used to know the difference of the customers' attitudes toward the attributes of product, price and service viewed from sex, age, resident and income.

The results showed as follows: (1) most of customers of "Panjoel" shirt design, Yogyakarta were males, at 21 – 25 years of age, lived in Yogyakarta, having income of Rp 351.000 – 750.000 per month (2) the customers' attitudes toward the product were positive due to the special designed product offered, with typical culture of Yogyakarta which were unique and funny through the cartoon visualization, (3) the customers' attitudes toward the service were positive due to the friendly, familiar, fast and the ability of the employees to handle the customers' complaint well, (4) the customers' attitudes toward the price were positive due to the price range that was reachable by the students with the good quality of products. (5) there was no different customers' attitudes toward the product based on sex, age, resident and income; there was no different customers' attitudes toward the services based on sex, age, resident and income; there was no different customers' attitudes toward the price based on sex; there was different customers' attitudes toward the price based on age; there was no different customers' attitudes toward the price based on resident; and there was no different customers' attitudes toward the price based on income.