

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK *HANDPHONE* MEREK NOKIA DAN SIEMENS Studi Kasus Pada Universitas Sanata Dharma Kampus Mrican Yogyakarta

Estrada Agung Antariksa
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2007

Tujuan dari penelitian ini adalah : 1) untuk mengetahui apakah ada perbedaan sikap konsumen terhadap produk telepon genggam merek Nokia dan Siemens di tinjau dari karakteristik responennya, dan 2) untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk telepon genggam merek Nokia dan Siemens.

Penelitian ini dilakukan di kota Yogyakarta, dengan menggunakan mahasiswa Universitas Sanata Dharma kampus Mrican Yogyakarta sebagai subyek penelitian. Obyek penelitian ini adalah sikap konsumen terhadap produk telepon genggam merek Nokia dan Siemens, dengan jumlah sampel 100. Penelitian dilakukan pada Bulan Maret sampai dengan Bulan April 2006. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah menyebarkan kuesioner dan melakukan observasi. Sampel dipilih dengan metode *Purposive Sampling*. Teknik analisis data menggunakan: 1) Teknik Analisis *Independent Sample T-test* dan *One Way Anova*. 2) Analisis *Multiattribute Attitude Model (MAM)*.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa: 1) ada perbedaan sikap konsumen terhadap produk *handphone* merek Nokia dan Siemens ditinjau dari karakteristik responennya dan 2) sikap konsumen terhadap produk *handphone* Nokia dan Siemens adalah baik, dalam skala *Likert* Ao berada pada interval II.

ABSTRACTS

CONSUMER BEHAVIOUR ANALYSIS ON HANDPHONE PRODUCTS WITH NOKIA AND SIEMENS BRANDS

The Case Study of Sanata Dharma University Mrican Yogyakarta

Estrada Agung Antariksa
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2007

The objectives of this research are: 1) to know whether there is differences on consumer attitude toward on handphone products of Nokia and Siemens based on respondent characteristics, and 2) to know consumers attitude toward handphone products with Nokia and Siemens brands.

This research is conducted in Yogyakarta, involving students of Sanata Dharma University from Mrican campus Yogyakarta as the subjects of this research. The object of this research are consumers attitude toward handphone product Nokia and Siemens, with samples number are 100. The research is conducted during March until April 2006. Data gathering methods used by the researcher are distributing questionnaire and doing observation. The unit samples are chosen under Purposive Sampling method. Researcher applies: 1) Analysis Techniques of Independent Sample T-test and One Way Anova. 2) Multiattribute Attitude Model (MAM) Analysis.

The results of data analysis shows that: 1) there is a difference on consumers attitude toward handphone products of Nokia and Siemens based on respondent characteristics and 2) consumers attitude toward handphone products of Nokia and Siemens is good, in Likert Ao is in interval II.