

ABSTRAK

Analisis Sikap Konsumen Terhadap Minuman Botol Fruit Tea rasa Strawberry

*Studi kasus pada konsumen di Ngupasan Yogyakarta
Universitas Sanata Dharma*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil, sikap, dan atribut yang paling mempengaruhi konsumen Fruit Tea botol rasa Strawberry. Studi kasus dilakukan terhadap konsumen Fruit Tea botol rasa Strawberry di daerah Ngupasan Yogyakarta.

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada 100 responden yang dijumpai sedang mengkonsumsi produk Fruit Tea botol rasa Strawberry. Analisis persentase digunakan untuk mengetahui profil konsumen. *Multi-attribute Attitude Model* digunakan untuk menganalisis sikap konsumen terhadap atribut-atribut Fruit Tea botol rasa Strawberry. Analisis prioritas kepentingan digunakan untuk mengetahui atribut-atribut yang paling menentukan sikap konsumen dalam membeli suatu produk.

Dari penelitian diketahui bahwa konsumen Fruit Tea botol rasa Strawberry sebagian besar adalah laki-laki (61%), tingkat pendidikan sebagian responden adalah mahasiswa (41%), berusia antara 16 – 25 Th (47%), mempunyai pekerjaan sebagai pelajar (36%), dan tingkat penghasilan antara Rp. 300.000 – Rp. 400.000 (38%). Atribut yang paling mempengaruhi sikap adalah atribut citra rasa produk. Sikap konsumen terhadap atribut-atribut Fruit Tea botol rasa Strawberry adalah positif.

ABSTRACT

An Analysis on Consumers' Attitudes toward Bottled Fruit Tea Strawberry Taste

A Case Study on consumers in Ngupasan Yogyakarta.

Sanata Dharma University

This study is aimed to know consumers' profile, attitude, and the most influential attribute of bottled Fruit Tea Strawberry taste. This case study was conducted on bottled Fruit Tea Strawberry taste consumers in Ngupasan, Yogyakarta.

The research was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents who were consuming bottled Fruit Tea Strawberry taste product. Percentage analysis is employed to know consumers' profile. Multi-attribute Attitude Model is employed to analyse consumers' attitude toward attributes of bottled Fruit Tea Strawberry taste. Analysis of interest priority is employed to know the most influential attributes on consumers' attitudes in buying the product.

Result show that majority of bottled Fruit Tea Strawberry taste consumers are male (61%) of educational level of university students (41%), 16 - 25 years old (47%) are students (36%), and of income group between Rp 300.000,00 and Rp 400.000,00 (38%). The most influential attribute of bottled Fruit Tea Strawberry taste is product's flavour. Consumers' attitude toward attributes of bottled Fruit Tea Strawberry is positive.