

ABSTRAK**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT
KARTU PELANGGAN MCC****Studi Kasus Pada HYPERMART SOLO GRAND MALL di Surakarta****BUDI SULISTYOADI****UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2007**

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui atribut produk yang menjadi prioritas utama dalam mengambil keputusan untuk mendapatkan kartu pelanggan MCC 2) untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut dari kartu pelanggan MCC yang meliputi harga, fasilitas, dan manfaat.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus dengan menggunakan sampel konsumen pengguna kartu pelanggan MCC, sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah 1) Analisis Prioritas Kepentingan, 2) Analisis *Multiattribute Attitude Model* (MAM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, 1) atribut produk yang menjadi prioritas konsumen adalah harga, 2) sikap konsumen terhadap atribut dari kartu pelanggan MCC adalah sangat setuju (positif).

ABSTRACT**AN ANALYSIS OF CONSUMERS ATTITUDE TOWARD
THE ATTRIBUTES OF MCC MEMBER CARD
A Case Study at HYPERMART SOLO GRAND MALL, in Surakarta****BUDI SULISTYOADI
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA
2007**

The research aims at 1) to know the product attribute which is prioritized in making decision to have MCC member card 2) identifying consumers attitude toward the attributes of MCC member card, including the price, facilities, and advantages.

The research is a case study using the a 100 consumers holding MCC member card, under Accidental Sampling technique. The data analysis technique used are 1) Analysis of Priority Ranking 2) Analysis of *Multiattribute Attitude Model* (MAM).

The result shows that 1) consumers prioritized the price attribute 2) the consumers attitude toward the attributes of MCC member card is positive.