

 PERPUSTAKAAN	MILIK PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Diterima :	- 3 OCT 2005
Inventarisasi :	2797/EM/Hd.10/2005
Klasifikasi :	Rf.650.834/End/05
Selesai Diproses :	

 PERPUSTAKAAN	UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA FAKULTAS EKONOMI Program Studi Manajemen
---	---

**ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP
ATRIBUT-ATRIBUT YANG DIMILIKI KAOS
JOGER DI BALI DAN DAGADU DI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:
ENDRA FERYANTO
00 03 12507/EM

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA
JUNI, 2005**

SKRIPSI

**ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP
ATRIBUT-ATRIBUT YANG DIMILIKI KAOS
JOGER DI BALI DAN DAGADU DI
YOGYAKARTA**

Disusun oleh:

**ENDRA FERYANTO
NPM.00 03 12507/EM**

Telah Dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA

Tanggal 8 Mei 2005

SKRIPSI

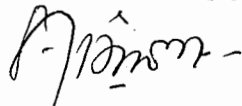
**ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP
ATRIBUT-ATRIBUT YANG DIMILIKI KAOS
JOGER DI BALI DAN DAGADU DI
YOGYAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:
ENDRA FERYANTO
NPM.00 03 12507/EM

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal Juni 2005
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (SI) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

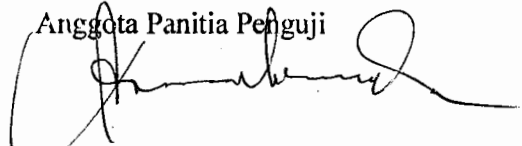
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



J. Ellyawati, Dra., MM.

Anggota Panitia Penguji



Parnawa Putranta, Drs., MBA.



C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA

Yogyakarta, 28 Juni 2005
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. FX. Suwanto, MS.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT- ATRIBUT YANG DIMILIKI KAOS JOGER DI BALI DAN DAGADU DI YOGYAKARTA

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 28 Juni 2005

Yang menyatakan



ENDRA FERYANTO

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karuniaNya kepada Penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak FX. Suwanto, Dr., MS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan mengarahkan dari awal hingga akhir terselesaikannya skripsi ini.
3. Segenap dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan segala bekal pengetahuan dan pendidikan yang penulis peroleh selama menuntut ilmu di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Papa, Mama dan adikku tercinta yang selama ini selalu memberikan dorongan semangat serta doa untuk saya dalam menyelesaikan skripsi.
5. Teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuan dan dukungannya.
6. Seluruh responden atas kerelaannya mengisi kuesioner untuk melengkapi data yang penulis perlukan.
7. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu, yang telah memberi motivasi dan dukungan serta doanya hingga terselesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 15 Juni 2005



Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
Intisari	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Batasan Penelitian	5
1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.5. Hipotesis	8
1.6. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. Perilaku Konsumen	11
2.2. Keputusan Pembelian Konsumen	12
2.3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
2.4. Tipe Keputusan Pembelian Konsumen	18
2.5. Sikap Konsumen	20
2.6. Konsep Produk	27
2.7. Klasifikasi Produk	30
2.8. Atribut Produk	37
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1. Jenis dan Sumber Data	45

3.2. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	45
3.3. Tehnik Pengukuran Data	46
3.4. Metode Pengujian Instrumen	47
3.5. Analisis Data	48
BAB IV ANALISIS DATA	52
4.1. Uji Validitas	52
4.11. Uji Validitas Dcsain Kalimat	53
4.12. Uji Validitas Harga	53
4.13. Uji Validitas Merek	54
4.14. Uji Validitas Kemasan	54
4.15. Uji Validitas Promosi	55
4.3 Uji Reliabilitas	56
4.2. Karakteristik Responden	56
4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.2 Berdasarkan Usia	57
4.2.3 Berdasarkan Pendapatan	58
4.2.4 Berdasarkan Asal Daerah	58
4.2.5 Berdasarkan Pembelian/Penggunaan	59
4.4 Penilaian Konsumen	60
4.5. Analisis Penilaian Konsumen Berdasarkan Demografi	62
4.5.1. Penilaian Konsumen Pada Kaos Joger	62
4.7 Pembahasan	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	53
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	54
Tabel 4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian	55
Tabel 4.6.	Uji Validitas Desain Kalimat	56
Tabel 4.7.	Uji Validitas Harga	57
Tabel 4.8.	Uji Validitas Merek	57
Tabel 4.9.	Uji Validitas Kemasan	58
Tabel 4.10.	Uji Validitas Promosi	58
Tabel 4.11.	Uji Reliabilitas Variabel	59
Tabel 4.12.	Penilaian Konsumen Pada Atribut Produk	60
Tabel 4.13.	Penilaian Atribut Kaos Joger Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.14.	Penilaian Atribut Kaos Joger Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.15.	Penilaian Atribut Kaos Joger Berdasarkan Pendapatan	63
Tabel 4.16.	Penilaian Atribut Kaos Joger Berdasarkan Asal Daerah	64
Tabel 4.17.	Penilaian Atribut Kaos Joger Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.18.	Penilaian Atribut Kaos Joger Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.19.	Penilaian Atribut Kaos Joger Berdasarkan Pendapatan	66
Tabel 4.20.	Penilaian Atribut Kaos Joger Berdasarkan Asal Daerah	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Pengambilan Keputusan Konsumen dan yang Mempengaruhinya	14
Gambar 2.2. Pengambilan Keputusan Konsumen	19
Gambar 2.3. Tiga Komponen Sikap	21
Gambar 2.4. Konsep Produk Total	28

ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT- ATRIBUT YANG DIMILIKI KAOS JOGER DI BALI DAN DAGADU DI YOGYAKARTA

Disusun oleh:
ENDRA FERYANTO
NPM: 00 03 12507

Dosen Pembimbing

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penilaian konsumen terhadap atribut yang dimiliki kaos Joger di Bali dan kaos Dagadu di Yogyakarta. Penelitian ini ingin melihat penilaian konsumen dibedakan dari aspek demografi

Sampel penelitian ini adalah sebesar 200 orang responden, yaitu 100 orang konsumen kaos Joger di Bali dan 100 orang konsumen kaos Dagadu di Yogyakarta. Metoda pengambilan sampel adalah *convinience sampling*, yaitu peneliti memilih konsumen yang paling mudah ditemui. Metoda analisis data menggunakan uji t independen dan ANOVA.

Dari analisis terhadap penilaian konsumen secara keseluruhan pada kaos Joger diperoleh bahwa penilaian terhadap produk Joger adalah baik terutama pada disain kalimat, harga, merek, dan kemasan. Hanya pada promosi kaos Joger mendapat penilaian cukup baik. Untuk penilaian pada produk Dagadu adalah baik terutama pada disain kalimat, harga, kemasan dan promosi, hanya pada merek yang mendapat penilaian cukup baik.

Dari penilaian konsumen yang dilihat dari unsur demografi yaitu jenis kelamin, usia, pendapatan dan asal daerah, untuk penilaian kaos Joger ditemukan terdapat perbedaan penilaian pada atribut harga bila dilihat dari jenis kelamin dan ditemukan pula perbedaan penilaian pada atribut promosi bila dilihat dari usia. Sedangkan pada penilaian atribut lainnya berdasarkan aspek demografi tidak ditemukan perbedaan signifikan.

Penilaian kaos Dagadu dari aspek demografi, ditemukan terdapat perbedaan penilaian pada atribut merek bila dilihat dari jenis kelamin dan ditemukan pula perbedaan penilaian pada atribut promosi bila dilihat dari usia. Sedangkan pada penilaian atribut lainnya berdasarkan aspek demografi tidak ditemukan perbedaan signifikan.

Kata kunci: atribut produk, aspek demografi, penilaian konsumen