

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK
MESIN PHOTO COPY CANON
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**



Oleh :

**Nama : Ardhyanto Adhar
Nomor Mahasiswa : 98 311 143
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2005**

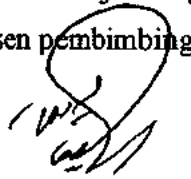
HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK
MESIN PHOTO COPY CANON
DI YOGYAKARTA**

Yogyakarta, April 2005

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh

Dosen pembimbing



(Drs.H. Murwanto Sigit, MBA)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK MESIN PHOTO
COPY CANON DI YOGYAKARTA**

**Disusun Oleh: ARDHYANTO ADHAR
Nomor mahasiswa: 98311143**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 15 April 2005

Penguji/Pemb. Skripsi : Drs. Murwanto Sigit, MBA

Penguji : Drs. Yazid, MM

.....
.....



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. Suwarsono, MA

MOTTO

*Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan
Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah
Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha Pemurah
Yang mengajar (manusia) dengan perantara kalam
Dia mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahuinya
(QS Al-Alaq : 1-5)*

*Belajarlah Ilmu
Karena sesungguhnya
Belajarnya karena Allah itu adalah taqwa
Menuntutnya adalah ibadah
Mempelajarinya itu tasbih
Membahasnya itu jihad
Mengajarkannya pada orang yang belum mengetahuinya itu adalah sedekah
Memberikannya kepada keluarga itu adalah pendekatan diri pada Allah
(Mu'ady Bin Jabal)*

*Ilmu itu adalah....
Penghibur dikala sendirian
Teman dikala sepi, penunjuk pada agama,
Pembuat sabar dikala suka dan duka,
Materi dikalangan ada teman-teman,
Kerabat kala dikalangan orang asing,
Dan sebagai menara jalan ke surga
(Mu'ady Bin Jabal)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini kepada :

- *“Orang-orang yang tercinta dan tersayang”*
- *Ayahanda Abusroni dan Ibunda Eko Widia Ningsih tercinta, yang selalu mendoakan dan dengan sabar membimbing serta memberikan nasehat dengan cinta dan kasih sayang yang tulus.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK MESIN PHOTO COPY CANON DI YOGYAKARTA”**. Tulisan ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) pada jurusan manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Skripsi ini penulis selesaikan dengan usaha, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs.H.Murwanto Sigit, MBA, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
Bapak dan Ibu Dosen FE UII yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama menempuh studi di FE UII.
2. Bapak dan Ibu yang telah mendorong secara moril dan materiil, dan berkat do'a dan dorongan yang diberikan dengan tulus ikhlas penulis dapat menyelesaikan studi.
3. Teman-temanku, Ris (makasih “sharing”nya), coro Thanks bukunya, embek cute atas nasehat en leptop kantornya, robi klowor atas penipuannya di BDGN, Bebek sebagai sosok solusi terakhir, hagi (thanks a lot for your CPU man!!!!), BABE atas “jongkok”annya, bongji for your imagination, cilikkanku di cukur “kuncung” (rampongne nggonanmu dab), juga semua temen-temen “penghianat” yang lulus duluan (“), suksesnya bareng-bareng ya...jangan ditinggal lagi!!!!!!
4. Pihak-pihak lain yang juga telah banyak membantu tetapi tidak bisa disebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sangatlah penulis harapkan, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wabillahitaufik wal hidayah
Wasallamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, April 2005
Penulis

(Ardhyanto Adhar)

DAFTAR ISI

Halaman	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Hipotesis	6
1.6. Manfaat Penelitian	6
1.7. Metodologi Penelitian	7
1.8 Metode Analisis Data	8
1.9. Sistematika Penulisan	8

BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Perilaku Konsumen	10
2.1.1. Perilaku dan Keinginan Berperilaku.....	12
2.2. Sikap Konsumen	13
a. Sikap Konsumen	13
b. Fungsi Sikap.....	14
2.3. Konsep Kepercayaan Konsumen.....	17
2.4. Pentingnya Atribut	20
2.5. Terbentuknya Kepercayaan, Sikap, dan Perilaku.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Gambaran Umum Perusahaan	28
3.2. Kerangka Penelitian	32
3.4. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5. Metode Analisis Data	36
BAB IV ANALISIS DATA	
4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	41
4.1.1. Uji Validitas.....	41
4.1.2. Uji Reliabilitas.....	42
4.2. Analisis Deskriptif.....	42

4.2.1. Karakteristik Konsumen	42
a. Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	42
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan ...	44
4.2.2. Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Kualitas Produk	
Mesin Photo Copy Canon.....	44
a. Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Produk	
<i>Performance</i>	44
b. Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Produk	
<i>Features</i>	45
c. Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Produk	
<i>Reliability</i>	46
d. Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Produk	
<i>Conformance</i>	47
e. Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Produk	
<i>Durability</i>	47
f. Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Produk	
<i>Serviceability</i>	48
g. Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Produk	
<i>Aesthetics</i>	49
h. Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Produk	
<i>Fit and Finish</i>	50

4.3. Analisis Verifikatif	51
4.3.1. Analisis Fishbein	51
4.3.2. Analisis Chi-Square	5
a. Hubungan Kontingensi Sikap Konsumen Berdasarkan Jenis kelamin	58
b. Hubungan Kontingensi Sikap Konsumen Berdasarkan Usia.....	66
c. Hubungan Kontingensi Sikap Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1. Kesimpulan	84
5.2. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 4.1. Hasil uji Validitas dan Reliabilitas	41
TABEL 4.2. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin	42
TABEL 4.3. Karakteristik konsumen berdasarkan usia	43
TABEL 4.4. Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendidikan	44
TABEL 4.5. Penilaian konsumen terhadap atribut <i>performance</i>	44
TABEL 4.6. Penilaian konsumen terhadap atribut <i>feature</i>	45
TABEL 4.7. Penilaian konsumen terhadap atribut <i>Reliability</i>	46
TABEL 4.8. Penilaian konsumen terhadap atribut <i>conformance</i>	47
TABEL 4.9. Penilaian konsumen terhadap atribut <i>Durability</i>	48
TABEL 4.10. Penilaian konsumen terhadap atribut <i>Serviceability</i>	48
TABEL 4.11. Penilaian konsumen terhadap atribut <i>aesthetics</i>	49
TABEL 4.12. Penilaian konsumen terhadap atribut <i>fit and finish</i>	50
TABEL 4.13. Hasil jawaban berdasarkan tingkat kepercayaan.....	52
TABEL 4.14. Skor tingkat kepercayaan konsumen	53
TABEL 4.15. Hasil jawaban berdasarkan urutan kepentingan	53
TABEL 4.16. Hasil perkalian skor dengan jawaban evaluasi	54
TABEL 4.17. Indeks sikap konsumen	55
TABEL 4.18. Menentukan interval kelas indeks sikap	56
TABEL 4.19. Hasil uji Chi-square berdasarkan jenis kelamin.....	59
TABEL 4.20. Hasil uji Chi-square berdasarkan usia.....	66
TABEL 4.21. Hasil uji Chi-square berdasarkan tingkat pendidikan terakhir.....	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 2.1. Model perilaku konsumen.....	18
GAMBAR 3.1. Kerangka pikir penelitian	32
GAMBAR 4.1. Interval kelas indeks sikap	56
GAMBAR 4.2. Distribusi Chi-square	58
GAMBAR 4.3. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>Performance</i> berdasarkan jenis kelamin.....	60
GAMBAR 4.4. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>features</i> berdasarkan jenis kelamin.....	61
GAMBAR 4.5. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>reliability</i> berdasarkan jenis kelamin.....	61
GAMBAR 4.6. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>conformance</i> berdasarkan jenis kelamin.....	62
GAMBAR 4.7. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>durability</i> berdasarkan jenis kelamin.....	63
GAMBAR 4.8. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>serviceability</i> berdasarkan jenis kelamin.....	64
GAMBAR 4.9. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>aesthetics</i> berdasarkan jenis kelamin.....	65
GAMBAR 4.10. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>Fit and finish</i> berdasarkan jenis kelamin.....	65

GAMBAR 4.11. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>Performance</i> berdasarkan tingkat usia.....	65
GAMBAR 4.12. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>features</i> berdasarkan tingkat usia.....	65
GAMBAR 4.13. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>reliability</i> berdasarkan tingkat usia.....	69
GAMBAR 4.14. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>conformance</i> berdasarkan tingkat usia.....	70
GAMBAR 4.15. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>durability</i> berdasarkan tingkat usia.....	71
GAMBAR 4.16. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>serviceability</i> berdasarkan tingkat usia.....	72
GAMBAR 4.17. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>aesthetics</i> berdasarkan tingkat usia.....	73
GAMBAR 4.18. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>fit and finish</i> berdasarkan tingkat usia.....	74
GAMBAR 4.19. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>Performance</i> berdasarkan pendidikan terakhir...	76
GAMBAR 4.20. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>features</i> berdasarkan pendidikan terakhir.....	77

GAMBAR 4.21. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>reliability</i> berdasarkan pendidikan terakhir.....	78
GAMBAR 4.22. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>conformance</i> berdasarkan pendidikan terakhir...	79
GAMBAR 4.23. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>durability</i> berdasarkan pendidikan terakhir...	80
GAMBAR 4.24. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>serviceability</i> berdasarkan pendidikan terakhir...	81
GAMBAR 4.25. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>aesthetics</i> berdasarkan pendidikan terakhir...	82
GAMBAR 4.26. Distribusi Chi-square hubungan kontingensi sikap konsumen Pada atribut <i>fit and finish</i> berdasarkan pendidikan terakhir...	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan	88
Lampiran 2. Rekapitulasi Data Penelitian Hasil Jawaban 100 Responden.....	93
Lampiran 3. Hasil jawaban 30 Responden Untuk Uji Validitas dan Reliabilitas.....	98
Lampiran 4. Perhitungan Analisis Fishbein.....	100
Lampiran 5. Analisis Deskriptives Penilaian Berdasarkan Karakteristik Konsumen.....	102
Lampiran 6. Hasil Uji Chi-Square	105
Lampiran 7. Tabel Distribusi Chi-Square.....	106
Lampiran 8. Tabel R Satu Sisi	107