

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut produk minuman suplemen Extra Joss. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari, variabel perilaku konsumen terhadap atribut produk yang meliputi, distribusi, promosi, rasa, kualitas dan harga, serta variabel sikap konsumen terhadap atribut produk berdasarkan karakteristik konsumen yang meliputi, usia, tingkat uang saku bulanan dan jenis kelamin.

Populasi penelitian ini adalah, mahasiswa Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta dari berbagai angkatan yang pernah mengkonsumsi minuman suplemen Extra Joss. Sampel penelitian ditentukan dengan metode Purposive Sampling yaitu, sebanyak 110 responden. Data diperoleh melalui kuesioner. Validitas butir instrumen dihitung dengan teknik Produk Moment. Reliabilitas dihitung dengan metode Cronbach Alpha. Teknik analisis data dengan analisis model sikap Fishbein dan Chi Square Test. Model sikap Fishbein yaitu, dengan cara mengalikan antara nilai dari pernyataan keyakinan (believe) dengan nilai dari pernyataan evaluasi (evaluation), kemudian dicari jumlah skor dari semua atribut dan dimasukkan ke dalam Skala Likert. Sedangkan Chi Square Test yaitu teknik yang digunakan untuk menguji proporsi subjek yang ada pada tiap-tiap bagian dengan membandingkan apakah ada perbandingan secara signifikan antara frekuensi yang ada dengan frekuensi seharusnya.

Hasil analisis data dengan model sikap Fishbein diperoleh bahwa skor total sikap konsumen bernilai positif yaitu 90,65 yang berada pada range antara 77 sampai 101. Sikap konsumen tertinggi berada pada atribut kualitas dengan indeks sikap 21,07 diikuti atribut promosi sebesar 18,14 atribut distribusi sebesar 17,68 atribut rasa 17,18 dan atribut harga 17,18. Berdasarkan hasil analisis sikap maka, dapat diketahui bahwa rata-rata responden memberikan respon positif dan faktor yang paling dominan dalam pembentukan sikap positif adalah atribut kualitas.