

## ABSTRACT

PUTRI AMINATUZ ZULIA, 2016. *"Analysis of the attitude of consumers on the attribute smartphone Nokia (the study on student University Of Trunojoyo Madura)". Under the guidance of Dr. A. Yahya Surya Winata, S.E., M.Si and Hadi Purnomo S.E., MM.*

*This purpose of this study was to explain the attitude of student university of Trunojoyo Madura over an attribute of smartphone Nokia and explain the Nokia smartphone attribute that are considered most important the student university of Trunojoyo Madura. The population in this research the students university of Trunojoyo Madura who use smartphone Nokia. Samples in this research level facilitators 97 respondents, is for sampling techniques using the technique of Nonprobability sampling. The sampling method with purposive sampling. In this research attributes that used is product quality, product features and product design. Data analysis techniques using Multiatribut Fishbein method. This model is used to measure the attitude of consumers positive or negative overall against the attributes that are examined.*

*The results of the study showed that the attitude of respondents against product attribute smartphone Nokia in neutral categories. This was concluded on the basis of the calculation of the data processing using equations Fishbein with the result of the value of known of +24,55 attitude that means consumers prefer the attribute smart phone Nokia. In the use of smartphone Nokia attributes that are preferred by respondents is product quality. From the total believe and total evaluation of the average consumer toward attributes that examined the product quality, product features, product design shows the difference in a small. The smaller total difference believe and evaluation will be more near hope/customer desire.and the response of the respondents against the product attribute smartphone Nokia which is considered the most important based on the priority order the interests is (1) Product Quality; (2) Product Features; (3) Product Design.*

*Key Words : the attitude of consumers, Product attribute and Multiatribut Fishbein.*

## ABSTRAK

PUTRI AMINATUZ ZULIA, 2016. "Analisis Sikap Konsumen Atas Atribut *Smartphone* Nokia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura)". Dibawah bimbingan Dr. A. Yahya Surya Winata, S.E., M.Si dan Hadi Purnomo S.E., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan sikap mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura atas atribut *smartphone* Nokia serta menjelaskan Atribut *smartphone* Nokia yang dianggap paling penting oleh mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura yang menggunakan *smartphone* Nokia. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 responden, sedang untuk teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Nonprobability sampling*. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Purposive sampling*. Pada penelitian ini atribut-atribut yang digunakan adalah kualitas produk, fitur produk, dan desain produk. Teknik analisa data dengan menggunakan metode *Multiatribut* Fishbein. Model ini digunakan untuk mengukur sikap konsumen positif atau negatif secara keseluruhan terhadap atribut yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap responden terhadap atribut produk *smartphone* Nokia dalam kategori netral. Hal ini disimpulkan atas dasar perhitungan pengolahan data menggunakan rumus Fishbein dengan hasil nilai sikap diketahui sebesar +24,55 yang berarti konsumen menyukai atribut *smartphone* Nokia. Dalam menggunakan *smartphone* Nokia atribut yang disukai oleh responden adalah kualitas produk. Dari total *beliefs* dan total evaluasi rata-rata konsumen terhadap atribut yang diteliti yaitu kualitas produk, fitur produk, desain produk menunjukkan selisih yang kecil. Semakin kecil total selisih *beliefs* dan evaluasi maka akan semakin mendekati harapan/keinginan konsumen. Dan tanggapan responden terhadap atribut produk *smartphone* Nokia yang dianggap paling penting berdasarkan urutan prioritas kepentingan adalah (1) Kualitas Produk; (2) Fitur Produk; (3) Desain Produk.

Kata Kunci : Sikap Konsumen, Atribut Produk, dan *Multiatribut* Fishbein.