

Analisis pengaruh atribut produk terhadap sikap konsumen remaja akhir kelas menengah atas pada produk fashion sepatu (studi sepatu merek wakai) = The analysis of influence of product attribute toward customer attitude of late teens of upper middle class in Jakarta about shoes (the study of wakai shoes)

Afriani Ajeng Sukarno, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20386015&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh antara atribut produk sepatu merek Wakai terhadap sikap konsumen. Dalam penelitian ini, variabel atribut terdiri dari kualitas, desain, fitur, kemasan, merek dan harga. Variabel sikap konsumen terdiri tiga komponen sikap; kognitif, afektif dan konatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 konsumen remaja akhir (berusia 18-21 tahun) kelas menengah atas di Jakarta. Dengan teknik purposive judgemental. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan linear regression. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap sikap konsumen.

<hr>

The objective of this research is to analyze the effect of product attribute toward customer attitude. This research applied quantitative approach. In this resarch, the variable of product attributes includes quality, design, fitur, brand and price. The variable of customer attitude include the three components; cognitive, affective and conative. The sample of this research is 100 late teens(aged 18-21) upper middle class in Jakarta.with purposive judgemental technique. This research used questionnaire as research instrument and analyzed with linear regression. The result of this research indicate that product attribute have a very strong effect toward customer attitude.