

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUTWARTEL SEMANGGI II

DJATI PRASETYO, PRIHANTORO, SE.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : manajemen pemasaran, customer

Abstraksi :

Konsumen sebagai salah satu lapisan pengguna jasa wartel mempunyai berbagai pertimbangan dalam menggunakan jasa wartel yang harus disesuaikan dengan kebutuhan mereka dan segi keuangan mereka yang pada umumnya masih tergantung pada orang tuanya. Untuk itu penulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pertimbangan konsumen tersebut dalam menggunakan jasa wartel berdasarkan atributnya, juga untuk mengetahui apakah ada perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristiknya serta untuk mengetahui keutamaan atributatribut wartel yang dipertimbangkan oleh konsumen. Berdasarkan skala Likerts, maka sikap konsumen pengguna jasa wartel terhadap atributnya adalah positif. Terdapat perbedaan sikap berdasarkan karakteristik konsumen yang diperoleh melalui perhitungan Chi Square. Keutamaan atribut wartel menurut konsumen secara berurutan yaitu harga, kualitas pelayanan, dan lokasi wartel.