

ABSTRAK

Smartphone merupakan ponsel pintar yang kini telah berkembang pesat dan digunakan sebagai alat pemenuhan kebutuhan masyarakat dunia. Di Indonesia, jumlah pengguna *smartphone* mengalami peningkatan yang signifikan terutama *smartphone* yang menggunakan OS (*Operational System*) Android yaitu sebesar 76% pada tahun 2013. Hal ini disebabkan oleh banyaknya *brand smartphone* yang masuk ke Indonesia dan keberhasilan Android mengakuisisi aplikasi BBM (*Blackberry Messenger*). Berdasarkan perbandingan spesifikasi fitur berbagai *brand smartphone* menunjukkan bahwa *brand smartphone* Samsung Galaxy Grand dan Sony Xperia C memiliki banyak persamaan fitur. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian tentang sikap konsumen Samsung Galaxy Grand dan Sony Xperia C terhadap atribut produk dengan menggunakan model multiatribut Fishbein.

Penelitian ini menggunakan teori sikap multiatribut Fishbein dimana menurut Sumarwan (2011:180) menjelaskan sikap konsumen terhadap produk sangat ditentukan oleh sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang dievaluasi dan ditentukan oleh dua hal, yaitu kepercayaan terhadap atribut produk dan evaluasi pentingnya atribut produk. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang melibatkan 400 mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB) dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Telkom sebagai responden. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan model sikap multiatribut Fishbein dengan alat pengolah data *Microsoft Excel* dan *SPSS* versi 20.

Atribut produk yang menjadi prioritas utama bagi konsumen dalam memilih *smartphone* berbasis android adalah atribut kualitas produk dengan skor rata-rata sebesar 4,25. Produk *smartphone* berbasis android merek Samsung Galaxy Grand mendapatkan skor total analisis sikap konsumen sebesar 49,95 yang memiliki hasil sangat positif. Dan produk *smartphone* berbasis android merek Sony Xperia C mendapatkan skor total analisis sikap konsumen sebesar 46,26 yang memiliki sikap positif.

Dari hasil analisis model sikap Fishbein diperoleh bahwa Samsung Galaxy Grand memiliki nilai yang lebih bagus bila dibandingkan dengan Sony Xperia C berdasarkan atribut-atribut yang ada. Adapun saran-saran yang dapat diberikan adalah perusahaan elektronik di bidang ponsel *smartphone* agar memprioritaskan atribut yang menjadi prioritas, yaitu atribut kualitas produk dan dapat mempertahankan lalu meningkatkan atribut-atribut yang sudah dianggap baik oleh konsumen.

Kata kunci : Sikap konsumen, Atribut Produk, Fishbein

ABSTRACT

Smartphone is high-technology cellular which has dramatically increasing in usage by society in the world. In Indonesia, the number of Smartphone users has increased significantly, especially Smartphone with OS (Operational System) Android in the amount of 76% by the year 2013. This is caused by a number of Smartphone brands into Indonesia and the success of Android apps acquires BBM (Blackberry Messenger). Based on the comparison of various brands of Smartphone feature specifications indicate that the brand of Samsung Galaxy Smartphone and Sony Xperia Grand C shares many of the features. Therefore, the authors intend to conduct research on consumer attitudes Samsung Galaxy Grand and Sony Xperia C of product attributes by using the model of Fishbein multi attribute.

This research using the theory of attitude multiatribut fishbein where according to Sumarwan (2011: 180) explain the attitude of consumers towards products largely determined by the attitudes of consumers towards the attributes evaluated and determined by two things, namely the trust of product attributes and evaluate the importance of product attributes. This research using descriptive quantitative approach that involved 400 students of the Faculty of Communication and Business (FKB) and the Faculty of Economics and Business (FEB) University of Telkom as respondents. This study used a descriptive and analytical models multi attribute Fishbein attitude with Microsoft Excel data processing equipment and SPSS version 20.

Product attributes that a top priority for consumers in choosing a Smartphone based on Android is the quality attributes of the product with an average score of 4.25. Based of Android Smartphone products branded Samsung Galaxy Grand earn a total score of 49.95 for the analysis of consumer attitudes which have very positive results. And the android based smartphone products branded Sony Xperia C get a total score of 46.26 for the analysis of consumer attitudes who have a positive attitude.

From the results obtained Fishbein attitude model analysis that the Samsung Galaxy Grand has a great value when compared to the Sony Xperia C based on existing attributes. The advice that can be given is a company in the field of cellular phones electronic smartphone to prioritize the attribute of being becomes priority, namely the attribute of the quality products and can maintain and improve attributes who had been considered either by consumers.

Keywords: consumer attitudes, product attributes, Fishbein