

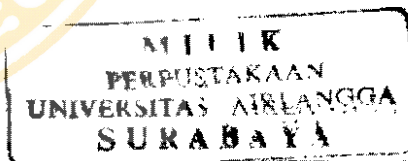
**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT-
ATRIBUT *PROCESSOR* KOMPUTER MEREK AMD DAN INTEL
(STUDI KASUS MAHASISWA S1 TEKNIK INFORMATIKA ITS
SURABAYA)**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



kk
B 01 /03
Ira
a



DIAJUKAN OLEH

BENNY IRAWAN
No. Pokok : 049515019

KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2002

SKRIPSI
**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT-
ATRIBUT *PROCESSOR* KOMPUTER MEREK AMD DAN INTEL**
**(STUDI KASUS MAHASISWA S1 JURUSAN TEKNIK
INFORMATIKA ITS SURABAYA)**

DIAJUKAN OLEH :

BENNY IRAWAN

No. Pokok. : 049515019

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Drs. Y. LILIK RUDIANTO, MBA.



**PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

TANGGAL : 2 Desember 2002

KETUA PROGRAM STUDI,



DR. H. AMIRUDDIN UMAR, SE.

TANGGAL : 16 Desember 2002

HALAMAN PENGESAHAN

31 Oktober 2002
Surabaya,

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing

Drs. Y. LILIK RUDianto, MBA.



ABSTRAKSI

Teknologi elektronika, khususnya teknologi komputer semakin cepat berubah dan berkembang, hal ini ditunjang dengan adanya pesaing-pesaing baru yang lebih mengintensifkan riset dalam menemukan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna komputer. Dengan adanya pesaing-pesaing baru, produsen *processor* komputer dituntut dapat mengalokasikan pengeluarannya ke dalam post-post yang selain dapat bermanfaat untuk menambah pendapatan juga dialokasikan ke bagian riset dan pengembangan teknologi, hal ini bertujuan agar produsen *processor* komputer dapat mengimbangi bahkan mendahului inovasi teknologi yang dilakukan oleh pesaing. Disamping itu perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan pengguna komputer.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sikap konsumen terhadap atribut-atribut *processor* komputer merek AMD. Atribut-atribut *processor* komputer yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga, promosi, distribusi, kecepatan, kemampuan grafis 3 dimensi, kemampuan *overclock*, dan pendingin *processor*. Responden penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Teknik Informatika ITS Surabaya yang dianggap mengerti tentang *hardware* (perangkat keras yang terpasang dalam CPU).

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ada 2, yaitu : *Fishbein's Attitude Model* yang menerangkan adanya sikap positif/negatif yang dimiliki konsumen terhadap produk yang akan diuji, dan uji yang kedua adalah *Independent Sample t Test* yang menerangkan apakah sikap konsumen memiliki perbedaan secara signifikan atau tidak, terhadap atribut-atribut yang dimiliki oleh kedua produk yang dibandingkan

Hasil uji *Fishbein's Attitude Model* menunjukkan bahwa konsumen memiliki sikap positif terhadap kelima atribut yang dimiliki oleh *processor* komputer merek AMD, atribut-atribut tersebut adalah harga, distribusi, kecepatan, kemampuan grafis 3 dimensi, dan kemampuan *overclock*, tetapi ada dua atribut yang disikapi negatif oleh konsumen yaitu pendingin *processor* dan promosi. Hasil *Independent Sample t Test* menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap atribut-atribut *processor* komputer merek AMD dan Intel secara signifikan tidak berbeda.

Dengan demikian kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil uji dalam penelitian ini adalah secara keseluruhan konsumen memiliki sikap yang positif terhadap atribut-atribut *processor* komputer merek AMD tetapi AMD Inc. harus memberikan pendingin *processor* yang memiliki kinerja optimal dalam mendinginkan *processor*. Disamping itu dua atribut lain yang harus diperbaiki kinerjanya adalah saluran distribusi dan kegiatan promosi. Untuk penelitian lebih lanjut, agar hasil yang didapatkan bisa digeneralisasi ke tingkat yang lebih luas sebaiknya menggunakan populasi yang lebih luas dan jumlah sampel yang lebih banyak sehingga dengan jumlah sampel tersebut dianggap dapat mewakili populasi yang dijadikan sebagai obyek penelitian.