

## **ANALISIS SIKAP MULTI ATRIBUT FISHBEIN TERHADAP PRODUK MOBIL NISSAN X-TRAIL PADA PT. NISSAN ISTANA PALEMBANG**

**Nofiawaty**

Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya  
nofiawaty@yahoo.com

### **Abstract**

*The objective of this research was to reveal consumer's attitude to products Nissan X-Trail car and the important factors which were considered by consumers were choosing Nissan X-Trail car, so it can be seen the influence of customer attitude to customer decision with Nissan X-Trail car. The techniques for analyzing the data is the Multiatribut Fishbein Model for the sample in this research was used 76 respondents. Based on the analysis multiatribut Fishbein model could be seen that the attitude scores of respondents on product attributes Nissan X-Trail which includes the attribute type of vehicle obtained AB score of 0.59, vehicle model attribute score obtained AB score of 1.02, attribute dimensions of the car body obtained AB score of 0.87, attributes of toughness vehicle engines obtained AB score of 0.55, attribute ease of vehicle engine maintenance obtained AB score of 0.74, vehicle transmission attributes obtained AB score of 0.54, attributes of fuel consumption obtained AB score of 0.92, vehicle exterior attributes obtained AB a score of 0.59, attribute vehicle interior obtained AB score of 0.75, attribute the quality of vehicle sound system obtained AB score of 0.70, and attribute completeness of vehicle safety features obtained AB score of 0.75. Where as the most dominant factor that consumers considered is selection Nissan X-trail car is attribute vehicle model. From the results of research in this research is on the whole score AB in the good category (score 1.21-0.4). so the attitude of respondent to attribute Nissan X-Trail car products that the score AB of attribute the kind of vehicle is 1.02, the score AB of attribute dimensions of the body's car is 0.87 Nissan X-Trail car products is good.*

**Keywords: Consumer, Multi atribut Fishbein, Attitude, Decision Making**

### **Pendahuluan**

Memasuki era globalisasi dan perdagangan bebas yang penuh dengan persaingan dan kemajuan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, setiap perusahaan berusaha keras untuk mampu mempertahankan kelangsungan dan pengembangan hidup, mengembangkan usaha serta bersaing dengan perusahaan-perusahaan sejenisnya. Banyak perusahaan yang berusaha mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya serta saling bersaing untuk memberikan produk dan jasa yang terbaik kepada konsumen mereka dengan kualitas yang tinggi. Memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen adalah kunci keberhasilan dalam bisnis dengan tingkat persaingan yang sangat tinggi. Menurut Engel et al., (dalam Swasta, 2000 : 10), perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalam proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Loudon dan Bitta (dalam Simamora, 2004:2) mengemukakan bahwa perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, serta mengatur barang dan jasa.

Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh para konsumen yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan dalam rangka mencari, memperoleh, serta mengkonsumsi produk atau jasa yang diharapkan dan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Hal ini dari dilakukan oleh perusahaan-perusahaan otomotif yang bersaing di tengah-tengah perkembangan teknologi kendaraan yang semakin maju dan semakin canggih. Perusahaan-perusahaan otomotif saling bersaing untuk lebih inovatif dan kreatif dalam menciptakan produknya agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang memiliki minat terhadap produk yang berbeda-beda dan tentunya hal tersebut memberikan peluang yang besar bagi para pengusaha untuk merebut pasar. Untuk memenangkan persaingan, seorang pemasar harus mengetahui apa yang diinginkan dan diharapkan

konsumen dalam memilih kendaraan yang ada di pasaran sehingga dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Kebutuhan tidak dapat diciptakan oleh pemasar, tetapi pemasar yang terampil dapat mempengaruhi baik motivasi dan perilaku konsumen dalam menciptakan kebutuhan. Faktor keterlibatan dipahami sebagai pengaruh motivasi yang paling utama, di mana tingkat keterlibatan yang tinggi dipercaya dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam tindakan pembelian.

PT. Nissan Istana melakukan Pendekatan teknologi guna menghadapi persaingan pasar. Misalnya saja PT. Nissan Istana Palembang yang berhasil mengembangkan produk Nissan X-Trail, teknologi ini mampu menghasilkan produk yang baik. Walaupun PT. Nissan Istana Palembang telah mengembangkan produknya sebagaimana telah digambarkan di atas, namun permasalahan sikap konsumen perlu diteliti lebih jauh. Dengan adanya Nissan X-Trail tersebut tidak serta merta para konsumen akan membeli produk tersebut. Konsumen dari cenderung semakin rasional, dalam arti mereka menjadi lebih teliti dalam membandingkan harga beli dan manfaat yang akan mereka peroleh dari suatu produk. Untuk mendapatkan tempat yang layak di pasar jual beli, maka PT. Nissan Istana Palembang harus senantiasa memperhatikan dan mampu mempertahankan kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan harga yang ditetapkan sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen.

Dengan demikian diharapkan dapat berpengaruh pada jumlah penjualan produk, sehingga jumlah penjualan produk mobil Nissan X-Trail pada PT. Nissan Istana Palembang mengalami peningkatan penjualan pertahunnya. PT. Nissan Istana Palembang menawarkan produk Merek Nissan seperti Nissan X-Trail yang menampilkan desain eksterior dan interior yang sporti sehingga memberikan kesan yang gagah dan tangguh. Harga yang ditawarkan bervariasi sesuai dengan model/tipe sehingga terjangkau oleh konsumen. Promosi yang dilakukan PT. Nissan Istana Palembang melalui media cetak dan media elektronik yang dapat memberikan informasi mengenai keunggulan-keunggulan produk tersebut kepada konsumen serta lokasi perusahaan yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Nissan X-Trail dirancang untuk memberikan kenyamanan yang optimal dan kendali maksimal bagi konsumen. Panjang keseluruhan tipe ini adalah 4630 mm, dengan lebar 1785 mm. Pada Nissan X-Trail formasi mesinnya 4 silinder inline DOHC berkapasitas 2,488 cc, memberikan tenaga yang dibutuhkan disegala kondisi pengendalian.

Pada interior Nissan X-Trail memiliki fleksibilitas ruang berbagai tempat penyimpanan serta ruang kargo berkapasitas besar. Nissan X-Trail dari dilengkapi serangkaian fitur pengaman yaitu kantung *airbag* didepan pengemudi, *active headrest* disandaran kepala, dan sabuk pengaman (*active seatbelt*). Tentu saja, dengan kemunculan Nissan X-Trail ini membuat lega calon konsumen kendaraan yang sudah lama mendambakan kendaraan hemat maupun konsumen yang mendambakan kendaraan golongan SUV alternatif, sehingga konsumen dapat menerima kehadiran Nissan X-Trail dan setelah mereka mendapatkan informasi mengenai kelebihan-kelebihan tersebut maka kemungkinan konsumen akan beralih ke mobil ini semakin besar. Pada saat ini, perusahaan menyadari pentingnya sikap konsumen sebagai kunci keberhasilan mereka, terutama sekarang ini sangat banyak pilihan-pilihan kendaraan golongan SUV yang beredar di pasaran dengan varian yang berbeda-beda, harga yang bersaing, kualitas yang sama, fitur-fitur yang menarik, harga murah dan sebagainya. Dengan adanya perbedaan-perbedaan tersebut, tentu saja menimbulkan suatu persaingan diantara perusahaan-perusahaan otomotif produsen kendaraan jenis SUV.

Dalam menghadapi persaingan yang ketat, PT. Nissan Istana Palembang perlu memahami sikap dan perilaku konsumennya serta harus jeli mengetahui apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen saat ini agar perusahaan dapat menawarkan produknya sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Pada saat ini, hampir setiap konsumen tidak hanya membeli sembarang kendaraan, tetapi konsumen dari memperhitungkan keunggulan fasilitas/fitur, harga beli atau harga jual dan lain sebagainya. Faktor-faktor inilah yang perlu diperhatikan perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya

dalam meraih pangsa pasar. Biasanya jika konsumen memberikan sambutan yang positif, maka mereka pun akan memutuskan untuk membeli dan kemudian setelah menggunakan serta menikmati keunggulan produk yang ditawarkan, konsumen tersebut dapat menilai apakah dia puas atau tidak terhadap manfaat-manfaat yang diberikan. Jika konsumen merasa puas maka konsumen tersebut pun akan menjadi konsumen tetap/setia kendaraan tersebut, jika tidak maka konsumen itu kemungkinan akan beralih ke kendaraan lain.

Karakteristik konsumen yang berbeda-beda serta bervariasi mulai dari usia, jenis kelamin, gaya hidup, pendidikan, pekerjaan sampai pada pendapatan menghasilkan selera yang berbeda terhadap suatu produk, dalam hal ini khususnya mobil Nissan X-Trail. Konsumen dari akan mempertimbangkan berbagai faktor lain seperti situasi ekonomi, lokasi pembelian, harga produk, informasi yang didapat, layanan serta promosi yang diberikan saat terlibat dalam keputusan pembelian kendaraan tersebut. Apalagi di tengah situasi perekonomian Indonesia yang tidak menentu dan mengingat persaingan antar mobil jenis SUV yang begitu ketat, pemasar dituntut untuk dapat mempengaruhi baik motivasi dan perilaku konsumen sehingga terjadi suatu transaksi pembelian. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk menganalisis sikap konsumen terhadap mobil Nissan X-Trail, dengan judul “Analisis Sikap Multi Atribut Fishbein terhadap produk Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Nissan Istana Palembang”. Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Bagaimana sikap konsumen terhadap produk mobil Nissan X-Trail pada PT Nissan Istana Palembang Palembang? Faktor-faktor penting apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih mobil Nissan X-Trail? Tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu: Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk mobil Nissan X-Trail. Untuk mengetahui faktor-faktor penting yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih mobil Nissan X-Trail.

### Bahan dan Metode

Penelitian dilakukan pada PT. Nissan Istana Palembang. Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah produk mobil Nissan X-Trail, sedangkan subyek penelitian adalah konsumen mobil Nissan X-Trail pada PT. Nissan Istana Palembang. Subjek penelitian untuk mendapatkan informasi mengenai studi sikap terhadap atribut produk mobil Nissan X-Trail pada PT. Nissan Istana Palembang. Dalam penelitian ini karena data akan diperoleh melalui kuesioner, maka dalam pengambilan sampel dibutuhkan suatu teknik sampling, yaitu suatu cara pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh, artinya tidak mencakup seluruh obyek penelitian melainkan hanya sebagian kecil dari populasi saja. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen mobil Nissan X-Trail pada PT. Nissan Istana Palembang yang berjumlah 320 orang. Mengingat besarnya populasi penelitian ini, maka akan diambil sampel yang mewakili populasi dengan menggunakan rumus Slovin dengan nilai yakni:

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

$$n = \frac{320}{1 + 320.0,1^2}$$

$$n = 76,19 \text{ (dibulatkan menjadi 76)}$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : *Sampling Error* yang diambil (10%)

Dengan demikian jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 76 responden. Untuk mengetahui sikap konsumen, maka digunakan model multi atribut Dari Fishbein yaitu model sikap. Model ini berfokus pada prediksi sikap yang dibentuk seseorang terhadap obyek tertentu. Rumusnya adalah sebagai berikut :  $A_B = \sum_{i=1}^n (b_i)(e_i)$

Dimana:  $A_o$  = Sikap total individu terhadap obyek tertentu

$b_i$  = Kekuatan keyakinan konsumen bahwa obyek memiliki atribut

$e_i$  = Evaluasi kepercayaan individu mengenai atribut i

n= Jumlah kriteria atribut yang relevan

Berdasarkan hasil tanggapan yang diberikan oleh konsumen, maka tiap komponen pertanyaan atau pernyataan akan diberi skala dengan skor +2 sampai -2, dimana :

+2 = Sangat setuju

+1 = Setuju

0 = Ragu-ragu

-1 = Tidak setuju

-2 = Sangat tidak setuju

Data yang dikumpulkan dari kuesioner yang dibagikan kemudian dihitung. Total responden yang sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju dari setiap komponen dikalikan nilai bobot. Hasil dari perkalian tersebut dibagi dengan total responden, kemudian akan diperoleh skor rata-rata yang dapat menunjukkan sikap responden terhadap atribut keyakinan ( $b_i$ ) mobil Nissan X-Trail pada PT. Nissan Istana Palembang dan sikap responden terhadap atribut evaluasi ( $e_i$ ) mobil Nissan X-Trail pada PT. Nissan Istana Palembang. Penulis menggunakan rata-rata tertimbang untuk mengetahui

nilai rata-rata dari masing-masing komponen, dengan rumus :  $\bar{X} = \frac{\sum (f_i \cdot x_i)}{\sum f_i}$

Dimana

$\bar{X}$  = Rata-rata terbobot

$f_i$  = frekuensi kategori ke-i

$x_i$  = nilai (skor) kategori ke-i

Keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan produk mobil Nissan X-Trail tidak terlepas dari bagaimana sikap konsumen terhadap produk tersebut. Sikap konsumen yang penulis kembangkan mengacu pada model sikap multi atribut Fishbein tentang atribut mobil Nissan X-Trail yang meliputi jenis, model, dimensi body mobil, mesin, transmisi, konsumsi bahan bakar, eksterior, interior, *sound system*, fitur pengaman. Model sikap multi atribut Fishbein terhadap produk mobil Nissan X-Trail ini terdiri dari dua aspek penilaian, yaitu kepercayaan/keyakinan konsumen terhadap atribut Mobil Nissan X-Trail, dan evaluasi yakni penilaian kembali terhadap atribut Mobil Nissan X-Trail setelah digunakan konsumen. Penilaian konsumen pada kedua aspek atribut Mobil Nissan X-Trail ini adalah merupakan dasar bagi konsumen dalam mengambil sikap untuk membeli dan menggunakan produk tersebut.

### Hasil dan Pembahasan

Analisis yang akan dilakukan pada tahapan ini guna memberikan gambaran sikap responden terhadap atribut produk Nissan X-Trail yang merupakan perbandingan antara penilaian responden tentang kepercayaan/keyakinan sebelum membeli dan evaluasi setelah membeli responden terhadap atribut produk Nissan X-Trail. Kepercayaan/keyakinan adalah kekuatan kepercayaan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu, atau sering disebut sebagai *object-attribute linkages*, yaitu kepercayaan konsumen tentang kemungkinan adanya hubungan antara sebuah objek dengan atributnya yang relevan. Evaluasi adalah evaluasi baik atau buruknya suatu atribut yaitu menggambarkan pentingnya suatu atribut bagi seorang konsumen. Konsumen akan mengidentifikasi atribut-atribut atau karakteristik yang dimiliki oleh objek yang akan dievaluasi. Berikut ini disajikan hasil analisis penilaian responden terhadap atribut produk mobil Nissan X-Trail yang meliputi jenis, model, dimensi bodi mobil, mesin, transmisi, konsumsi bahan bakar, eksterior, interior, *sound system*, fitur pengaman.

Tabel 1.  
Nilai Atribut Jenis Kendaraan

Item pernyataan		Penilaian					Total	Rata-rata tertimbang
		STS (-2)	TS (-1)	RR (0)	S (1)	SS (2)		
Mobil Nissan X-Trail adalah jenis kendaraan SUV yang nyaman untuk jalan mulus perkotaan dan jalan <i>offroad</i>	Kepercayaan / keyakinan (b <sub>i</sub> )	0	0	28	37	11	76	0,78
	Evaluasi (e <sub>i</sub> )	0	0	30	34	12	76	0,76
	<b>Total : AB = (bi) x (ei)</b>							<b>0,59</b>

Sumber : Data kuesioner yang diolah, 2013

Berdasarkan tabel 1, di atas dapat dilihat bahwa skor rata-rata untuk pernyataan “mobil Nissan X-Trail adalah jenis kendaraan SUV yang nyaman untuk jalan mulus perkotaan dan jalan *offroad*”, diketahui skor rata-rata untuk penilaian kepercayaan/keyakinan responden pada atribut produk adalah 0,78, sedangkan skor rata-rata untuk hasil evaluasi responden pada atribut produk adalah 0,76. Jadi skor rata-rata sikap responden untuk atribut jenis kendaraan adalah 0,59 yang menunjukkan bahwa sikap responden pada jenis mobil Nissan X-Trail adalah baik.

Tabel 2.  
Nilai Atribut Model Kendaraan

Item pernyataan		Penilaian					Total	Rata-rata tertimbang
		STS (-2)	TS (-1)	RR (0)	S (1)	SS (2)		
Model dan bentuk Nissan X-Trail elegan dan mengikuti perkembangan jaman	Kepercayaan / keyakinan (b <sub>i</sub> )	0	0	14	46	16	76	1,03
	Evaluasi (e <sub>i</sub> )	0	0	14	49	13	76	0,99
	<b>Total : AB = (bi) x (ei)</b>							<b>1,02</b>

Sumber : Data kuesioner yang diolah, 2013

Berdasarkan tabel 2, di atas dapat dilihat bahwa skor rata-rata untuk pernyataan “Model dan bentuk Nissan X-Trail elegan dan mengikuti perkembangan jaman”, diketahui skor rata-rata untuk penilaian kepercayaan/keyakinan responden pada atribut model adalah 1,03, sedangkan skor rata-rata untuk hasil evaluasi responden pada atribut model adalah 0,99. Jadi skor rata-rata sikap responden untuk atribut model kendaraan adalah 1,02 yang menunjukkan bahwa sikap responden pada model mobil Nissan X-Trail adalah baik.

Tabel 3.  
Nilai Atribut Dimensi Kendaraan

Item pernyataan		Penilaian					Total	Rata-rata tertimbang
		STS (-2)	TS (-1)	RR (0)	S (1)	SS (2)		
Dimensi bodi Mobil Nissan X-Trail sesuai untuk daerah perkotaan	Kepercayaan /keyakinan (b <sub>i</sub> )	0	1	19	39	17	76	0,95
	Evaluasi (e <sub>i</sub> )	0	1	19	41	15	76	0,92
	<b>Total : AB = (bi) x (ei)</b>							<b>0,87</b>

Sumber : Data kuesioner yang diolah, 2013

Berdasarkan tabel 3. di atas dapat dilihat bahwa skor rata-rata untuk pernyataan “dimensi bodi mobil Nissan X-Trail sesuai untuk daerah perkotaan”, diketahui skor rata-rata penilaian untuk kepercayaan/keyakinan responden pada atribut dimensi adalah 0,95, sedangkan skor rata-rata untuk hasil evaluasi responden pada atribut dimensi adalah 0,93. Jadi skor rata-rata penilaian responden untuk atribut dimensi kendaraan adalah 0,87, yang menunjukkan bahwa sikap responden pada atribut dimensi mobil Nissan X-Trail adalah baik.

Tabel 4.  
Nilai Atribut Ketangguhan Mesin Kendaraan

Item pernyataan		Penilaian					Total	Rata-rata tertimbang
		STS (-2)	TS (-1)	RR (0)	S (1)	SS (2)		
Mesin Nissan X-Trail tangguh untuk segala medan	Kepercayaan /keyakinan (b <sub>i</sub> )	0	0	30	44	2	76	0,63
	Evaluasi (e <sub>i</sub> )	0	4	21	31	20	76	0,88
	<b>Total : AB = (bi) x (ei)</b>							<b>0,55</b>

Sumber : Data kuesioner yang diolah, 2013

Berdasarkan tabel 4. di atas dapat dilihat bahwa skor rata-rata untuk pernyataan “mesin Nissan X-Trail tangguh untuk segala medan”, diketahui skor rata-rata penilaian untuk kepercayaan/keyakinan responden pada atribut ketangguhan mesin adalah 0,63, sedangkan skor rata-rata untuk hasil evaluasi responden pada atribut ketangguhan mesin adalah 0,88. Jadi skor rata-rata penilaian responden untuk atribut ketangguhan mesin kendaraan adalah 0,55, yang menunjukkan bahwa sikap responden pada ketangguhan mesin mobil Nissan X-Trail adalah baik.

Tabel 5.  
Nilai Atribut Perawatan Mesin Kendaraan

Item pernyataan		Penilaian					Total	Rata-rata tertimbang
		STS (-2)	TS (-1)	RR (0)	S (1)	SS (2)		
Mesin Nissan X-Trail mudah dalam perawatan dan mudah mendapatkan suku cadangnya	Kepercayaan / keyakinan (b <sub>i</sub> )	0	0	9	50	17	76	1,11
	Evaluasi (e <sub>i</sub> )	0	2	28	39	7	76	0,67
	<b>Total : AB = (b<sub>i</sub>) x (e<sub>i</sub>)</b>							<b>0,74</b>

Sumber : Data kuesioner yang diolah

Berdasarkan tabel 5. di atas dapat dilihat bahwa skor rata-rata untuk pernyataan “mesin Nissan X-Trail mudah dalam perawatan dan mudah mendapatkan suku cadangnya”, diketahui skor rata-rata penilaian untuk kepercayaan/keyakinan responden pada atribut perawatan mesin adalah 1,11, sedangkan skor rata-rata untuk hasil evaluasi responden pada atribut perawatan mesin adalah 0,67. Jadi skor rata-rata penilaian responden untuk atribut perawatan mesin kendaraan adalah 0,74, yang menunjukkan bahwa sikap responden terhadap kemudahan dalam perawatan dan kemudahan mendapatkan suku cadang mesin mobil Nissan X-Trail adalah baik.

Tabel 6.  
Nilai Atribut Transmisi Kendaraan

Item pernyataan		Penilaian					Total	Rata-rata tertimbang
		STS (-2)	TS (-1)	RR (0)	S (1)	SS (2)		
Transmisi otomatis dan transmisi manual Nissan X-Trail mudah dan nyaman dioperasikan	Kepercayaan / keyakinan (b <sub>i</sub> )	0	1	25	42	8	76	0,76
	Evaluasi (e <sub>i</sub> )	0	1	25	45	5	76	0,71
	<b>Total : AB = (b<sub>i</sub>) x (e<sub>i</sub>)</b>							<b>0,54</b>

Sumber : Data kuesioner yang diolah

Berdasarkan tabel 6. di atas dapat dilihat bahwa skor rata-rata untuk pernyataan “transmisi otomatis dan transmisi manual Nissan X-Trail mudah dan nyaman dioperasikan”, diketahui skor rata-rata penilaian untuk kepercayaan/keyakinan responden pada atribut transmisi kendaraan adalah 0,76, sedangkan skor rata-rata untuk hasil evaluasi responden pada atribut transmisi kendaraan adalah 0,71. Jadi skor rata-rata penilaian responden untuk atribut transmisi kendaraan adalah 0,54, yang menunjukkan bahwa sikap responden terhadap kemudahan dan kenyamanan dalam mengoperasikan transmisi manual maupun otomatis mobil Nissan X-Trail adalah baik.

Tabel 7.  
Nilai Atribut Konsumsi Bahan Bakar

Item pernyataan		Penilaian					Total	Rata-rata tertimbang
		STS (-2)	TS (-1)	RR (0)	S (1)	SS (2)		
Konsumsi bahan bakar Nissan X-Trail irit dan efisien	Kepercayaan / keyakinan (b <sub>i</sub> )	0	0	12	48	16	76	1,05
	Evaluasi (e <sub>i</sub> )	0	0	25	35	16	76	0,88
	<b>Total : AB = (b<sub>i</sub>) x (e<sub>i</sub>)</b>							<b>0,92</b>

Sumber : Data kuesioner yang diolah

Berdasarkan tabel 7 di atas dapat dilihat bahwa skor rata-rata untuk pernyataan “konsumsi bahan bakar Nissan X-Trail irit dan efisien”, diketahui skor rata-rata penilaian untuk kepercayaan/keyakinan responden pada atribut konsumsi bahan bakar adalah 1,05, sedangkan skor rata-rata untuk hasil evaluasi responden pada atribut konsumsi bahan bakar adalah 0,88. Jadi skor rata-rata penilaian responden untuk atribut konsumsi bahan bakar adalah 0,92, yang menunjukkan bahwa sikap responden terhadap konsumsi bahan bakar mobil Nissan X-Trail adalah baik.

Tabel 8  
Nilai Atribut Desain Interior

Item pernyataan		Penilaian					Total	Rata-rata tertimbang
		STS (-2)	TS (-1)	RR (0)	S (1)	SS (2)		
Desain interior Nissan X-Trail sedap dipandang dan membikin nyaman penumpangnya	Kepercayaan / keyakinan (b <sub>i</sub> )	0	1	26	36	13	76	0,80
	Evaluasi (e <sub>i</sub> )	0	1	25	43	7	76	0,74
	<b>Total : AB = (b<sub>i</sub>) x (e<sub>i</sub>)</b>							<b>0,59</b>

Sumber : Data kuesioner yang diolah

Dari tabel 8. di atas dapat dilihat bahwa skor rata-rata untuk pernyataan “desain interior Nissan X-Trail sedap dipandang dan membikin nyaman penumpangnya”, diketahui skor rata-rata penilaian untuk kepercayaan/keyakinan responden adalah 0,80, sedangkan skor rata-rata untuk hasil evaluasi responden adalah 0,74. Jadi skor rata-rata penilaian responden untuk atribut desain interior adalah 0,59, yang menunjukkan bahwa desain interior mobil Nissan X-Trail adalah baik.



Tabel 9.  
Nilai Atribut Fleksibilitas Interior

Item pernyataan		Penilaian					Total	Rata-rata tertimbang
		STS (-2)	TS (-1)	RR (0)	S (1)	SS (2)		
Interior Nissan X-Trail memiliki Fleksibilitas ruang berbagai tempat penyimpanan serta ruang kargo berkapasitas besar	Kepercayaan / keyakinan (b <sub>i</sub> )	0	0	20	44	12	76	0,89
	Evaluasi (e <sub>i</sub> )	0	4	19	38	15	76	0,84
	<b>Total : AB = (b<sub>i</sub>) x (e<sub>i</sub>)</b>							<b>0,75</b>

Sumber : Data kuesioner yang diolah

Dari tabel 9 di atas dapat dilihat bahwa skor rata-rata untuk pernyataan “interior Nissan X-Trail memiliki Fleksibilitas ruang berbagai tempat penyimpanan serta ruang kargo berkapasitas besar”, diketahui skor rata-rata penilaian untuk kepercayaan/keyakinan responden adalah 0,89, sedangkan skor rata-rata untuk hasil evaluasi responden adalah 0,84. Jadi skor rata-rata penilaian responden untuk atribut fleksibilitas interior adalah 0,75, yang menunjukkan bahwa fleksibilitas interior mobil Nissan X-Trail adalah baik.

Tabel 10.  
Nilai Atribut Kualitas *Sound System*

Item pernyataan		Penilaian					Total	Rata-rata tertimbang
		STS (-2)	TS (-1)	RR (0)	S (1)	SS (2)		
Kualitas <i>sound system</i> Nissan X-Trail sangat baik dan membikin nyaman	Kepercayaan / keyakinan (b <sub>i</sub> )	0	0	23	39	14	76	0,88
	Evaluasi (e <sub>i</sub> )	0	1	23	43	9	76	0,79
	<b>Total : AB = (b<sub>i</sub>) x (e<sub>i</sub>)</b>							<b>0,70</b>

Sumber : Data kuesioner yang diolah

Dari tabel 10, di atas dapat dilihat bahwa skor rata-rata untuk pernyataan “kualitas *sound system* Nissan X-Trail sangat baik dan membikin nyaman”, diketahui skor rata-rata penilaian untuk kepercayaan/keyakinan responden adalah 0,88, sedangkan skor rata-rata untuk hasil evaluasi responden adalah 0,79. Jadi skor rata-rata penilaian responden untuk atribut kualitas *sound system* adalah 0,70, yang menunjukkan bahwa sikap responden terhadap kualitas *sound system* mobil Nissan X-Trail adalah baik.

Tabel 11.  
Nilai Atribut Kelengkapan Fitur Pengaman

Item pernyataan		Penilaian					Total	Rata-rata tertimbang
		STS (-2)	TS (-1)	RR (0)	S (1)	SS (2)		
Nissan X-Trail dilengkapi serangkaian fitur pengamanan yaitu kantung <i>airbag</i> didepan pengemudi, <i>active headrest</i> disandaran kepala, dan sabuk pengaman ( <i>active seatbelt</i> )	Kepercayaan / keyakinan ( $b_i$ )	0	1	22	36	17	76	0,91
	Evaluasi ( $e_i$ )	0	0	24	42	10	76	0,82
	<b>Total : AB = (<math>b_i</math>) x (<math>e_i</math>)</b>							

Sumber : Data kuesioner yang diolah

Berdasarkan tabel 11, di atas dapat dilihat bahwa skor rata-rata untuk pernyataan “Nissan X-Trail dilengkapi serangkaian fitur pengamanan yaitu kantung *airbag* didepan pengemudi, *active headrest* disandaran kepala, dan sabuk pengaman (*active seatbelt*)”, diketahui skor rata-rata penilaian untuk kepercayaan/keyakinan responden adalah 0,91, sedangkan skor rata-rata untuk hasil evaluasi responden adalah 0,82. Jadi skor rata-rata penilaian responden untuk atribut kelengkapan fitur pengaman adalah 0,75, yang menunjukkan bahwa kelengkapan fitur pengamanan yaitu kantung *airbag* didepan pengemudi, *active headrest* disandaran kepala, dan sabuk pengaman (*active seatbelt*) mobil Nissan X-Trail adalah baik.

Berdasarkan hasil analisis model multiatribut Fishbein di atas dapat diketahui bahwa sikap responden terhadap atribut mobil Nissan X-Trail yang meliputi jenis, model, dimensi bodi mobil, mesin, transmisi, konsumsi bahan bakar, eksterior, interior, *sound system*, dan fitur pengamanan rata-rata memberikan penilaian baik. Hal ini dapat dilihat Dari skor analisis model multi atribut Fishbein pada masing-masing atribut produk,

### Kesimpulan dan Saran

Beberapa kesimpulan yang dapat dikemukakan dari analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya sebagai berikut :Dari hasil analisis model multiatribut Fishbein dapat diketahui bahwa skor sikap responden terhadap atribut produk mobil Nissan X-Trail yang meliputi atribut jenis kendaraan diperoleh skor AB sebesar 0,59, pada atribut model kendaraan diperoleh skor AB sebesar 1,02, pada atribut dimensi body mobil diperoleh skor AB sebesar 0,87, pada atribut ketangguhan mesin kendaraan diperoleh skor AB sebesar 0,55, pada atribut kemudahan perawatan mesin kendaraan diperoleh skor AB sebesar 0,74, pada atribut transmisi kendaraan diperoleh skor AB sebesar 0,54, pada atribut konsumsi bahan bakar diperoleh skor AB sebesar 0,92, pada atribut eksterior kendaraan diperoleh skor AB sebesar 0,59, pada atribut interior kendaraan diperoleh skor AB sebesar 0,75, pada atribut kualitas *sound system* kendaraan diperoleh skor AB sebesar 0,70, dan pada atribut kelengkapan fitur pengamanan kendaraan diperoleh skor AB sebesar 0,75. Karena seluruh skor AB berada pada kategori baik (skor 1,21 – 0,4), maka sikap responden terhadap atribut produk mobil Nissan X-Trail adalah baik. Faktor-faktor atribut produk mobil Nissan X-Trail yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli dan menggunakannya adalah pada atribut model kendaraan karena model dan bentuk mobil Nissan X-Trail elegan dan mengikuti perkembangan jaman. Faktor berikutnya adalah pada konsumsi bahan bakar yang cukup irit dan efisien untuk kelas mobil SUV, kemudian faktor dimensi bodi mobil Nissan X-Trail yang besar dan gagah tetapi tetap lincah sesuai untuk daerah perkotaan. Faktor selanjutnya

adalah pada atribut interior dan kelengkapan fitur pengamanan, serta pada atribut ketangguhan dan kemudahan perawatan mesin mobil Nissan X-Trail.

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut ini disampaikan beberapa saran dalam upaya meningkatkan kepercayaan dan keyakinan konsumen dalam mengambil keputusan membeli dan menggunakan mobil Nissan X-Trail di PT. Nissan Istana Palembang adalah sebagai berikut: Perusahaan hendaknya lebih memperhatikan pengembangan model, bentuk dan dimensi bodi mobil Nissan X-Trail agar lebih elegan dan mengikuti perkembangan jaman dan selera pasar, lebih mengefisienkan konsumsi bahan bakar, desain eksterior dan interior serta kelengkapan fitur keamanan yang menunjang kenyamanan pengendara dan penumpang. Hendaknya perusahaan melakukan kontrol dan evaluasi yang berkala terhadap faktor-faktor yang berhubungan dengan sikap dan perilaku konsumen dalam menilai atribut produk yang ada pada mobil Nissan X-Trail untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Perusahaan dapat menilai kebutuhan serta keinginan yang paling mendasari pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli dan menggunakan mobil Nissan X-Trail.

## DAFTAR PUSTAKA

- Duniamayakita.blogspot.com/2008/08/pengertian-pemasaran-dan-manajemen.html (staton).
- Febiyanti, D. 2006. *Sikap dan Minat Konsumen Swalayan Terhadap Produk The di Surakarta*. Skripsi S1 Fakultas Pertanian UNS. Surakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Margareth Merlin MoBisnis. 2006. *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk dan Iklan Shampoo Dove di Televisi*. Skripsi, Manajemen Pemasaran. Institut Bisnis dan Informatika Indonesia, Jakarta.
- Rismawati, W. 2007. *Sikap Konsumen Pasar Modern terhadap Sayuran Organik di Kota Surakarta*. Skripsi S1 Fakultas Pertanian UNS. Surakarta.
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori dan Aplikasi*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sudithio, Evelin. 2007. *Studi Sikap Dan Maksud Perilaku Konsumen Terhadap Produk Kartu Seluler Telkom Flexi Di Jakarta Utara*. Skripsi. Universitas Taruma Negara, Jakarta.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Basu dan Handoko, Hani. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Teddykw2.wordpress.com/2008/03/01/sikap/(gordon allport (Sutisna; 2002))
- Umar, Husein. 1997. *Metodologi Penelitian - Aplikasi Dalam Pemasaran*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, Jilid 1, PT. Gramedia Pustaka Utama.

[Wartawarga.gunadarma.ac.id/2010/10/pengertian-psikologi-konsumen-dan-prilaku-konsumen-2](http://Wartawarga.gunadarma.ac.id/2010/10/pengertian-psikologi-konsumen-dan-prilaku-konsumen-2)  
(Engel dkk & Loundon dan Bitta).