

DINNY MELLANIE (2005). "Atribut Produk Yang Mendasari Pembelian Kaset Album Musik Pada Mahasiswa Universitas Surabaya". Skripsi Sarjana S1, Fakultas Psikologi, Universitas Surabaya, Surabaya.

ABSTRAKSI

Majunya industri musik di Indonesia dewasa ini telah memacu banyak bermunculan pula penyanyi-penyanyi pendatang baru. Melalui proses audisi penyanyi-penyanyi pendatang baru mencoba peruntungan di peta musik tanah air. Tak jarang dari penyanyi-penyanyi tersebut, jika ditinjau dari angka penjualan kaset album musiknya sampai mengalahkan penyanyi-penyanyi yang lebih senior. Fenomena ini yang menandakan bahwa industri bisnis musik itu sangat reaktif, produsen musik tidak dapat memastikan sampai berapa lama seorang penyanyi dapat meraih angka penjualan kaset album musik yang tinggi dalam jangka waktu yang lama.

Hal tersebut menggugah penulis untuk meneliti faktor apakah yang mendasari konsumen dalam membeli kaset album musik. Kotler (1996) mengemukakan teorinya bahwa produk memiliki atribut berwujud maupun yang tidak berwujud. Atribut yang berwujud meliputi *style, features, brand, design* dan atribut yang tidak berwujud yaitu *manufacturer's reputation*. Peneliti ingin mengetahui mana dari 5 atribut produk tersebut yang mendasari pembelian kaset album musik oleh konsumen dewasa muda khususnya mahasiswa. Kaum dewasa muda memiliki ciri yang cukup unik dari kehidupan manusia dimana untuk memnuhi kebutuhan akan rekreasi mereka membentuk dirinya sehingga memiliki ciri ingin dibedakan dengan masa remaja dulu.

Populasi penelitina ini 150 mahasiswa Universitas Surabaya yang dipilih mewakili 5 fakultas yaitu Ekonomi, Psikologi, Hukum, Farmasi dan Teknik karena dianggap mewakili remaja. Metode pengumpulan data dengan menggunakan angket dengan empat skala sikap. Tehnik Analisa Data yang digunakan adalah crosstabulation (tabulasi silang).

Dari penelitian ini didapatkan bahwa karakteristik konsumen kaset album musik di kalangan mahasiswa Universitas Surabaya (Jl.Kalirungkut) yaitu mayoritas berjenis kelamin perempuan (57,33%) memilih *style* 13,1%, usia 18-20th memilih *style* 16,03%, mendengarkan kaset dengan membeli sendiri 52% memilih *style* 12,6%, membeli kaset di toko kaset 88% dan memilih *style* 20,2%, yang dibeli di toko kaset adalah kaset 51,33% dan memilih *style* 11,8%, memiliki uang saku lebih dari Rp.100.000,- (73,33%) dan memilih *style* 16,6% dan frekuensi membeli kaset kurang dari sekali sebulan (40,67%) dan memilih *style* 9,6%.

Konsumen kaset album musik memilih atribut *Style* dalam membeli kaset dengan melihat dari jenis musik, irama musik serta lirik lagu yang disukainya.