



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISA ATRIBUT PRODUK YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM BERLANGGANAN SURAT
KABAR HARIAN SEPUTAR INDONESIA**

TESIS

FERDY FAHDRIAN SUYAKA

0806432650

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

JAKARTA

JUNI 2010



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISA ATRIBUT PRODUK YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN
DALAM BERLANGGANAN SURAT KABAR HARIAN SEPUTAR INDONESIA**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen

FERDY FAHDRIAN SUYAKA

0806432650

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
KEKHUSUSAN MANAJEMEN PEMASARAN**

JAKARTA

JUNI 2010

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

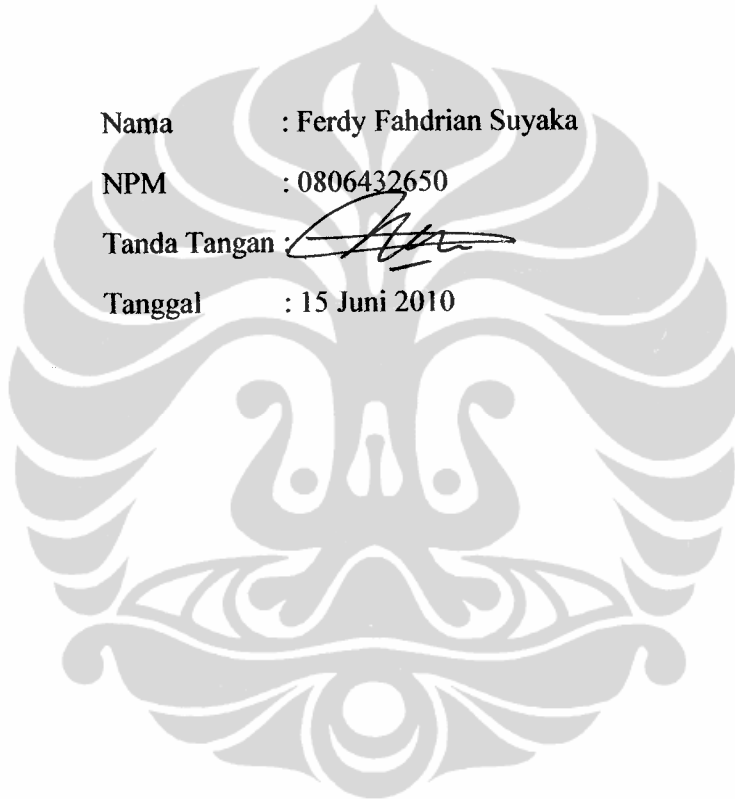
Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Ferdy Fahdrian Suyaka

NPM : 0806432650

Tanda Tangan : 

Tanggal : 15 Juni 2010



HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Ferdy Fahdrian Suyaka
NMP : 0806432650
Program Studi : Magister Manajemen – Pemasaran Malam
Judul Tesis : Analisa Atribut Produk Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen
Dalam Berlangganan Harian Seputar Indonesia

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI :

Pembimbing : Dr. Nurdin Sobari

(*Nurdin Sobari*)

Penguji : Dr. Adi Zakaria Afiff

(*Adi Zakaria Afiff*)

Penguji : Bagio N. Karno, MBA

(*Bagio N. Karno*)

Ditetapkan di : *Jakarta*

Tanggal : *7 Juli 2010*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala nikmat dan karunia-Nya, penelitian dan penulisan karya akhir ini dapat diselesaikan guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Magister Manajemen Universitas Indonesia. Adapun judul yang dipilih adalah "Analisa Atribut Produk Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Berlangganan Surat Kabar Harian Seputar Indonesia". Pemilihan judul tersebut dilatarbelakangi oleh minat penulis untuk mengetahui atribut-atribut apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk berlangganan harian Seputar Indonesia.

Karya akhir ini dibuat bertujuan agar masyarakat memiliki analisa pengaruh atribut-atribut koran yang memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berlangganan harian Seputar Indonesia.

Pelaksanaan penelitian ini dan terselesaikannya karya akhir ini, diakui berkat adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Rhenald Kasali, Ph.D selaku ketua program MMUI
2. Dr. Nurdin Sobari selaku pembimbing yang telah menyediakan waktu untuk berbagi pengetahuan kepada penulis dalam penyusunan karya akhir ini
3. Untuk isteriku tercinta Airin Diva Fahdrian yang telah setia menemaniku hingga larut malam untuk menyusun penulisan ini, yang selalu perhatian membuatkan makanan dan memberikan perhatian, thanks my lovely babe.. Mulai sekarang Insya Allah Ndi udah banyak waktu lagi buat ayank.
4. Kepada papa dan mamaku tersayang yang telah memberi dukungan dan perhatian kepada saya
5. Teman-teman PS081 yang telah setia memberikan semangat dan waktunya untuk saling berbagi, dan diskusi mengenai penyelesaian tesis ini, terima kasih untuk Pakci Fitrah, bro Christian, bro Andrew, bro Agung, dan bung Ferry.

6. Teman-teman kantor di Global Mediacom, MNC dan Seputar Indonesia yang selalu membantu memberikan informasi-informasi penting untuk penyelesaian tesis ini, Pak Didit, Pak Yatno, Pak Yusuf, Pak Novianto, Pak Mufrizal, dan Ibu Caesilia. Terima kasih untuk Pak Tono dan Mba Anna yang telah memberikan kesempatan disela-sela kesibukan pekerjaan di kantor untuk menyelesaikan karya akhir ini, yang telah memberikan izin bolak-balik ke Depok, terima kasih juga untuk Abi, terus semangat brother... semoga cepet selesai tesisnya... Amin. Terima kasih atas seluruh dukungan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu per satu namanya.

Akhirnya penulis juga menyadari sepenuhnya, bahwa demi sempurnanya karya akhir ini tentunya masih perlu banyak masukan, namun penulis tetap berharap, agar kiranya karya akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 15 Juni 2010

Penulis

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ferdy Fahdrian Suyaka
NPM : 0806432650
Program Studi : Magister Manajemen – Pemasaran Malam
Departemen : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, meyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**”Analisa Atribut Produk Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam
Berlangganan Harian Seputar Indonesia”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/ format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas karya akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Juni 2010

Yang menyatakan,



(Ferdy Fahdrian Suyaka)

ABSTRAK

Nama : Ferdy Fahdrian Suyaka
Program Studi : Magister Manajemen
Judul : Analisa Atribut Produk Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen
Dalam Berlangganan Harian Seputar Indonesia

Penulis melakukan suatu survey empiris untuk mengetahui pengaruh-pengaruh atribut produk dalam pengambilan keputusan konsumen untuk berlangganan harian Seputar Indonesia. Penelitian ini menganalisa yang menjadi alasan utama konsumen dalam berlangganan harian Seputar Indonesia. Hasilnya menunjukkan bahwa atribut Fitur Produk, Gaya dan Desain, dan Merek terbukti memiliki pengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam berlangganan harian Seputar Indonesia. Sementara atribut lainnya seperti Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan tidak menunjukkan pengaruh yang positif terhadap keputusan konsumen untuk berlangganan.

Kata Kunci :

Pemasaran, Atribut Produk, Keputusan Pelanggan

ABSTRACT

Name : Ferdy Fahdrian Suyaka
Study Program : Magister Manajemen
Title : Analysis of Products Attribute That Affect Customer Decision in Harian Seputar Indonesia Subscribe

The author conducts an empirical survey to determine the effects of product attributes in consumer decision to subscribe Harian Seputar Indonesia. This research analyzes the information that becomes the main reason consumers in subscribing Harian Seputar Indonesia. The result shows that the attributes of Product Feature, Style and Design, and Brand has proved a positive influence on consumer decisions in subscribing Harian Seputar Indonesia. While other attributes such as Product Quality, Price and Service does not show a positive influence on consumer decisions to subscribe.

Key words:

Marketing, Product Attribute, Customer Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Penelitian.....	6
1.6 Model Operasional Penelitian.....	6
1.6.1 Desain Penelitian	6
1.6.2 Pengumpulan Data.....	7
1.6.3 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB 2 TELAAH KEPUSTAKAAN.....	9
2.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.2 Strategi Pemasaran.....	10

2.2.1	<i>Segmenting</i>	10
2.2.2	<i>Targeting</i>	11
2.2.3	<i>Positioning</i>	11
2.3	Strategi Bauran Pemasaran	12
2.3.1	<i>Product</i> (produk)	12
2.3.2	<i>Price</i> (harga)	13
2.3.3	<i>Place</i> (distribusi/ tempat).....	14
2.3.4	<i>Promotion</i> (promosi)	15
2.4	Atribut Produk	15
2.4.1	Pengertian Atribut Produk	15
2.4.2	Unsur-unsur dalam dalam atribut produk	16
2.5	Perilaku Konsumen.....	20
2.5.1	Aplikasi Konsep Perilaku Konsumen dalam Kegiatan Pemasaran	21
2.5.2	Pihak-pihak Yang Terlibat Dalam Pengambilan Keputusan	22
2.5.3	Tahap-tahap Dalam Proses Pengambilan Keputusan	22
2.5.4	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Beli Konsumen	23
2.6	Hubungan Atribut dan Faktor lain dengan Keputusan Konsumen Untuk Memilih Produk.....	26
BAB 3 LATAR BELAKANG INDUSTRI		28
3.1	Objek Penelitian.....	28
3.1.1	Analisa Industri Media Cetak di Indonesia	28
3.1.2	Kelompok Usaha Group PT Media Niusantara Citra, Tbk (MNC).....	29
3.1.3	Gambaran Umum Harian Seputar Indonesia	31
3.1.4	Profil Pembaca Harian Seputar Indonesia	31
3.2	Strategi Pemasaran Harian Seputar Indonesia	35
3.2.1	<i>Segmenting</i>	35
3.2.2	<i>Targeting</i>	35
3.2.3	<i>Positioning</i>	36
3.3	Bauran Pemasaran dan Penetapan Atribut Produk Pada Harian Seputar Indonesia	36

3.3.1	<i>Product</i> (produk)	37
3.3.2	<i>Price</i> (harga)	41
3.3.3	<i>Place</i> (tempat/ distribusi)	41
3.3.4	<i>Promotion</i> (promosi)	42
3.4	Profil Demografi Responden	45
3.4.1	Jenis Kelamin	45
3.4.2	Usia	45
3.4.3	Pendidikan Terakhir	46
3.4.4	Pekerjaan Utama	47
3.4.5	Pengeluaran Rutin per Bulan	48
3.4.6	Pengeluaran Membeli Koran	49
3.4.7	Rangkuman Profil Demografi Responden	50
3.5	Pihak-pihak yang Terlibat Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berlangganan Harian Seputar Indonesia	50
3.5.1	Pencetus (<i>initiator</i>)	51
3.5.2	Pemberi Pengaruh (<i>influencer</i>)	51
3.5.3	Pengambil Keputusan (<i>decider</i>)	53
3.5.4	Pembeli (<i>buyer</i>)	54
3.5.5	Pemakai (<i>user</i>)	55
3.6	Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Untuk Berlangganan Harian Seputar Indonesia	56
3.6.1	Pengenalan Masalah (<i>Problem recognition</i>)	56
3.6.2	Mencari Informasi (<i>Information search</i>)	58
3.6.3	Evaluasi dan alternatif (<i>Evaluation and alternatives</i>)	59
3.6.4	Keputusan pembelian (<i>Outlet selection and purchase decision</i>)	60
3.6.5	Purna Beli (<i>Post-purchase behaviour</i>)	61
BAB 4	METODELOGI PENELITIAN	63
4.1	Desain Penelitian	63
4.1.1	Riset Eksploratori	63

4.1.2 Riset Deskriptif.....	63
4.2 Metode Sampling.....	64
4.2.1 Populasi Target	64
4.2.2 Metode Penarikan Sampel	65
4.2.3 Ukuran Sampel	65
4.3 Variabel Penelitian.....	65
4.4 Metode Pengumpulan Data.....	66
4.4.1 Riset Eksploratori	66
4.4.2 Riset Deskriptif.....	67
4.5 Desain Kuesioner.....	68
4.5.1 Format Pertanyaan dan Jawaban	68
4.5.2 Skala	69
4.6 Metode Analisis Data	70
4.6.1 Analisis Deskriptif.....	70
4.6.2 Analisis Reliabilitas	71
4.6.3 Analisis Validitas.....	71
4.6.4 Analisis Multikolinieritas	71
4.6.5 Analisis Heteroskedasitas	72
4.6.6 Analisis Regresi	72
BAB 5 ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	74
5.1 Analisis Reliabilitas	74
5.2 Analisis Validitas.....	74
5.3 Asumsi Klasik Regresi	78
5.3.1 Analisis Multikolinieritas	78
5.3.2 Analisis Heteroskedasitas	79
5.3.3 Analisis Residual Distribusi Normal	80
5.4 Analisis Regresi	81
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	87

6.1 Kesimpulan.....	87
6.2 Implikasi Manajerial.....	89
6.3 Keterbatasan Penelitian	91
6.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	91
DAFTAR REFERENSI	93



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Rangkuman Demografi Responden.....	50
Tabel 5.1 : Analisis Reliabilitas	74
Tabel 5.2 : Analisis Validitas Kualitas Produk.....	75
Tabel 5.3 : Analisis Validitas Fitur Produk	75
Tabel 5.4 : Analisis Validitas Gaya dan Desain	76
Tabel 5.5 : Analisis Validitas Harga	76
Tabel 5.6 : Analisis Validitas Merek	77
Tabel 5.7 : Analisis Validitas Pelayanan	77
Tabel 5.8 : Analisis Validitas Perilaku Konsumen.....	78
Tabel 5.9 : Analisis <i>Variance Inflation Factor</i>	79
Tabel 5.10 : Analisis Regresi.....	81
Tabel 5.11 : R <i>Square</i>	82
Tabel 5.12 : Uji-T / Signifikansi Independen Variabel.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Urutan 15 Koran Teratas di Jabodetabek (dilihat dari jumlah pembaca)	3
Gambar 1.2 : Urutan 15 Koran Teratas Tingkat Nasional (dilihat dari jumlah pembaca).....	3
Gambar 1.3 : Duplikasi Pembaca Harian Seputar Indonesia	5
Gambar 1.4 : Duplikasi Pembaca Harian Kompas	5
Gambar 2.1 : Simple Model of Consumer Decision making	27
Gambar 3.1 : Struktur Perusahaan Global Mediacom Group	30
Gambar 3.2 : Jumlah Pembaca Harian Seputar Indonesia	31
Gambar 3.3 : Jumlah Pembaca Harian Seputar Indonesia dibandingkan Dengan Surat Kabar Dengan Surat Kabar Lain	32
Gambar 3.4 : Pembaca Harian Seputar Indonesia Berdasarkan Usia	33
Gambar 3.5 : Pembaca Harian Seputar Indonesia Berdasarkan SES (Kelas Sosial).....	33
Gambar 3.6 : Pembaca Harian Seputar Indonesia Berdasarkan Tingkat Pendidikan	34
Gambar 3.7 : Pembaca Harian Seputar Indonesia Berdasarkan Pekerjaan.....	34
Gambar 3.8 : Perkembangan Distribusi Harian Speutar Indonesia	41
Gambar 3.9 : Peta Wilayah Distribusi Harian Speutar Indonesia	42
Gambar 3.10 : Jenis Kelamin Responden	45
Gambar 3.11 : Usia Responden	46
Gambar 3.12 : Pendidikan Responden	46
Gambar 3.13 : Pekerjaan Responden	47
Gambar 3.14 : Pengeluaran Rutin Bulanan Responden	48
Gambar 3.15 : Pengeluaran Membeli Koran Responden	49
Gambar 3.16 : Alasan Awal Berlangganan.....	51
Gambar 3.17 : Pemberi Pengaruh Untuk Berlangganan	52
Gambar 3.18 : Pengambil Keputusan Untuk Berlangganan	54
Gambar 3.19 : Pembaca Selain Pelanggan	55
Gambar 3.20 : Pengenalan Masalah / Identifikasi Kebutuhan.....	57

Gambar 3.21 : Pencarian Informasi	59
Gambar 3.22 : Pengambilan Keputusan.....	61
Gambar 3.23 : Tingkat Kepuasan	62
Gambar 4.1 : Kerangka Pemikiran Penelitian	73
Gambar 5.1 : <i>Scatterplot</i> antara nilai residual yang distandarkan dengan nilai prediksi yang distandarkan pada 6 <i>independent variable</i>	80
Gambar 5.2 : <i>Normal Probability Plot (6 Independent Variable)</i>	81



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Uji Reliabilitas

Lampiran 3 : Uji Validitas

Lampiran 4 : Uji Korelasi

