

**ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KORAN KOMPAS**

(Studi Kasus di Jl. Swakarsa RW. 003 Pondok Kelapa Jakarta Timur)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akhir Akademika dan
Melengkapi Sebagian dari Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana
Ekonomi Jurusan Manajemen**

Oleh:

NI KETUT GITA RIDAYANI

2011410001



JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA TIMUR

2015

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ni Ketut Gita Ridayani

NIM : 2011410001


Jurusan/Permintaan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KORAN KOMPAS (Studi Kasus di Jl. Swakarsa RW. 003 Pondok Kelapa Jakarta Timur)** yang dibimbing oleh Bapak Dr. Firsan Nova, SE, MM dan Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun *mengcopy* sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari dinyatakan ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia untuk mempertanggungjawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya di Jakarta tanggal 1 Juli 2015.

Yang menyatakan


METERAI TEMPEL
58703ADK429610316
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Ni Ketut Gita Ridayani

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ni Ketut Gita Ridayani
No. Induk Mahasiswa : 2011410001
Jurusan : Manajemen
Permintaan : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **“ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KORAN KOMPAS (Studi Kasus di Jl. Swakarsa RW. 003 Pondok Kelapa Jakarta Timur)”**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dihadapan panitia penguji skripsi sarjana.

Jakarta, 1 Juli 2015

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen

(Ellena Nurfaezria Handayani, SE, MM)

Menyetujui

Pembimbing I

(Dr. Firsan Nova, SE, MM)

Pembimbing II

(Ellena Nurfaezria Handayani, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ni Ketut Gita Ridayani
No. Induk Mahasiswa : 2011410001
Jurusan/Permintaan : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : "ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KORAN KOMPAS (Studi Kasus di Jl. Swakarsa RW. 003 Pondok Kelapa Jakarta Timur)"

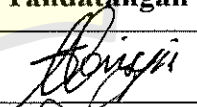

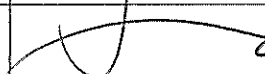
Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dalam sidang ujian Skripsi Sarjana tanggal 2 September 2015 dengan hasil A

Jakarta, 7 September 2015

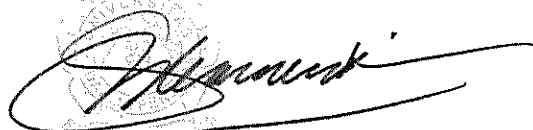
Ketua Jurusan Manajemen,

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

NO	Nama Penguji	Jabatan Penguji	Tandatangan
1	Drs. Fauzi Baisyir, MM	Ketua	
2	Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM	Anggota	
3	Dr. Firsan Nova, SE, MM	Anggota	

Dekan Fakultas Ekonomi



(Sukardi, SE, MM)

10/09/15

ABSTRAK

NIM : 2011410001, **Judul** : ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KORAN KOMPAS (Studi Kasus di Jln. Swakarsa RW003 Pondok Kelapa Jakarta Timur)

Jumlah Hal : xiii + 110 hal : 2015

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Koran Kompas

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana hubungan dan pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Koran Kompas di Jl. Swakarsa RW003 Pondok Kelapa Jakarta Timur

Jenis metodologi penelitian ini adalah kuantitatif dengan jumlah sampel 130 Kepala Keluarga. Perolehan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden yang terdiri dari dimensi variabel Perilaku Konsumen yaitu Produk, Harga, Tempat, Promosi dan dimensi variabel Keputusan Pembelian yaitu Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian, Perilaku Pasca Pembelian. Analisis data menggunakan Analisis Korelasi dan Analisis Regresi Sederhana. Jumlah sampel penelitian ini terdiri dari 130 Kepala keluarga. Teknik pengumpulan data adalah melalui kuesioner yang dibagikan penulis kepada responden.

Dari hasil perhitungan dan analisis yang dilakukan penulis, diketahui bahwa terdapat hubungan yang kuat antara perilaku konsumen dan keputusan pembelian dilihat dari Nilai $r = 0,653$ (65,3%). Sedangkan pengaruh atas perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian mendapatkn nilai R *Square* sebesar 0,426 (42,6%).

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hikmatnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KORAN KOMPAS (Studi Kasus di Jln. Swakarsa RW003 Pondok Kelapa Jakarta Timur)”** sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada Jakarta Timur. Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini sangat jauh dari sempurna karena banyak kekurangan dalam pembuatan skripsi ini, sehingga berharap kepada pembaca agar dapat memberi masukan serta saran untuk penulis. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah banyak membantu dan memberi dukungan serta doa kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Firsan Nova, SE, MM selaku Wadep I dan Dosen Pembimbing I serta Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM selaku Ketua jurusan dan Dosen Pembimbing II yang tidak pernah lelah membimbing penulis serta memberikan banyak ilmu yang bermanfaat dan pengarahan serta motivasi kepada penulis untuk dapat segerah menyelesaikan skripsi ini.
2. Seluruh staf Tata Usaha dan Dosen Fakultas Ekonomi yang selalu membantu dan memberikan ilmunya kepada penulis.

3. Ibu Fitriisia Martisa, S.I sebagai Manager Diklat Kompas yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan kesempatan kepada penulis untuk mendapatkan data terkait Koran Kompas.
4. Bapak Onto sebagai staf Diklat Kompas dan Ibu Tia sebagai staf Informasi Kompas serta seluruh staf Koran Kompas (Kompas Gramedia) yang telah banyak membantu dan meluangkan waktunya untuk memberikan kesempatan kepada penulis untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan penulis.
5. Papah Wayan Ardjana, SE dan mamah tersayang Ns. Ni Made seriati, S.Kep. serta kakak – kakakku Dr. Made Raditya dan Nyoman Dharma, S.Kom. tersayang yang telah banyak memberikan motivasi, dukungan, semangat serta doa kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dan penulis akan selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik dan membahagiakan mereka.
6. Nyoman Trya Wahyudha, S.Ikom yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dan memberikan semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
7. Sahabatku tersayang Tessa Utami yang sudah banyak meluangkan waktunya untuk mendukung juga memberi semangat. Terima kasih baybay !
8. Lalu kepada Okky, Zalika, Imam, Virgi serta teman-teman satu angkatan 2011 di Universitas Darma Persada yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih banyak dukungannya !

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan, semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan kalian. Akhir kata, semoga penelitian ini

dapat diterima dan bermanfaat bagi semua pihak dan kalangan yang mengembangkan ilmu ekonomi, khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran.

Jakarta, 1 Juli 2015

Ni Ketut Gita Ridayani



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran	8
1. Pengertian Pemasaran	8
2. Pengertian Konsep Pemasaran	9
3. Manajemen Pemasaran	13
B. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	14
C. Perilaku Konsumen	16

1. Pengertian Prilaku Konsumen	16
2. Model-model Prilaku Konsumen	18
3. Karakteristik Prilaku Konsumen	27
D. Keputusan Pembelian Konsumen	34
1. Pengertian Pengambilan Keputusan Konsumen	34
2. Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	35
3. Hubungan antara Karakteristik Individu dan Keputusan Pembelian.....	41
E. Produk.....	42
1. Pengertian Produk	42
2. Kualitas Produk.....	43
F. Kerangka Pikir	44
G. Hipotesis	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian	49
B. Jenis dan Sumber Data	49
1. Data Primer	49
2. Data Sekunder.....	49
C. Populasi dan Sampel	50
1. Populasi.....	50
2. Sampel	50
3. Teknik Pengambilan Sampel	51
D. Pengumpulan Data	51

E. Analisa Data.....	53
1. Keabsahan.....	53
2. Analisis Korelasi Sederhana	55
3. Analisis Regresi Linier Sederhana	57
F. Definisi Variabel Operasional	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Kompas	64
1. Sejarah Kompas.....	64
2. Visi, Misi, Moto dan Nilai-Nilai Dasar Kompas.....	65
3. Prestasi Kompas	68
4. Struktur Organisasi Kompas	68
B. Hasil Penelitian dan Hasil Analisis Pembahasan	
1. Karakteristik Responden.....	71
2. Pembahasan dan Analisis Variabel	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	88
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pola Beli Koran Kompas	2
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Koran	3
Tabel 3.1 Skala Likert.....	52
Tabel 3.2 Hubungan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	57
Tabel 3.3 Dimensi dan Indikator Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran Perbulan	72
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Lama Berlangganan Koran Kompas.....	73
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas	75
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	76
Tabel 4.7 Hasil Uji Korelasi.....	77
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi.....	78
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi (R ²)	80

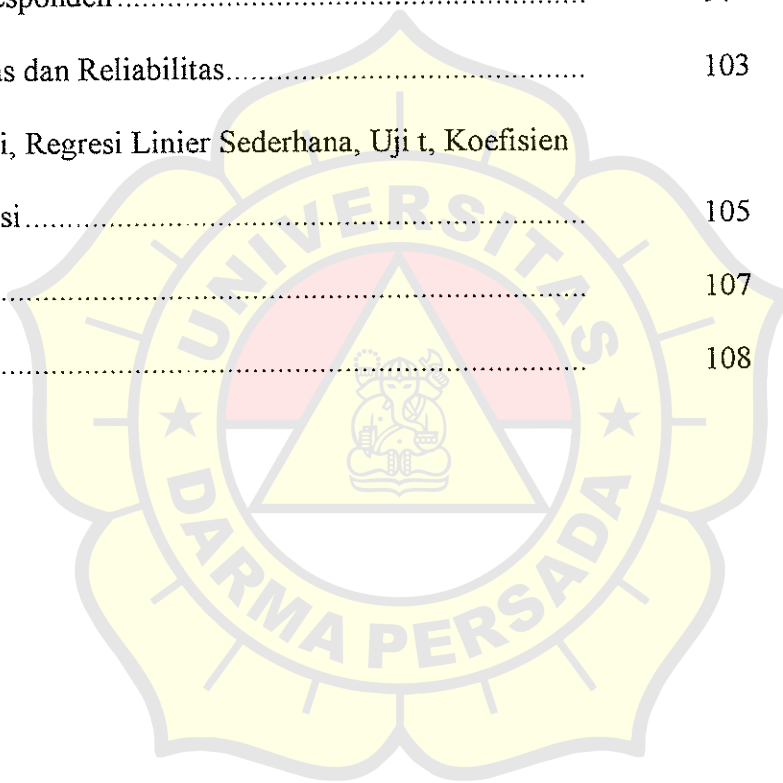
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	24
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	35
Gambar 2.3 Langkah-langkah antara Evaluasi Alternatif dan keputusan Pembelian	38
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	88
Lampiran 2 Data Langganan Koran Kompas.....	91
Lampiran 3 Tabulasi Data dan Hasil Kuesioner	94
Lampiran 4 Identitas Responden	97
Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	103
Lampiran 6 Uji Korelasi, Regresi Linier Sederhana, Uji t, Koefisien Determinasi	105
Lampiran 7 Tabel r	107
Lampiran 8 Tabel t	108



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Surat kabar merupakan salah satu media informasi yang sangat bermanfaat bagi masyarakat. Surat kabar atau Koran adalah penerbitan yang dicetak pada kertas yang disebut kertas koran dan berisi tentang berbagai berita terkini dalam berbagai topik, mulai dari topik politik, kriminal, olahraga, tajuk rencana, perkiraan cuaca dan sebagainya. Selain mencetak berbagai berita terkini, di dalam koran juga bisa ditemukan karikatur yang umumnya dijadikan sebagai bahan sindiran lewat gambar yang berhubungan dengan masalah-masalah tertentu.

Berbagai peristiwa di belahan bumi dapat kita ketahui salah satunya lewat surat kabar. Keunggulan surat kabar dibandingkan dengan media informasi lainnya adalah mudah diperoleh, harga yang relatif terjangkau dan mudah dibawa kemana-mana. Saat ini di Indonesia terdapat banyak surat kabar yang beredar menyajikan berbagai berita, dan salah satunya adalah Koran Kompas. Koran Kompas adalah sebagai salah satu koran nasional terbesar di Indonesia yang telah berkiprah dalam bisnis jurnalisme selama lebih dari empat dasawarsa. Sebagai media cetak terkemuka di Indonesia, Koran Kompas memiliki peristiwa-peristiwa penting yang menjadi tonggak perjalanan perusahaan dari sejak berdiri

sampai berkembangnya saat ini. Rerata oplah harian Kompas mencapai 507.000 eksemplar dan terdaftar dalam *Audit Bureau of Circulations (ABC)* sejak 1968. Dalam hal ini dapat dilihat dari pola beli Koran Kompas yang membeli secara berlangganan dan eceran sebagai berikut :

Tabel 1.1
Pola Beli Koran Kompas

Yang membeli Koran Kompas	Presentase
Langganan	75,2%
Eceran	24,8%

(Sumber : Kompas Gramedia)

Tabel diatas adalah pola beli Koran Kompas secara nasional, dari tabel diatas diketahui bahwa banyak konsumen yang tertarik membeli Koran Kompas dapat dilihat dari yang membeli secara berlangganan sebesar 75,2% atau eceran 24,8%. Dalam hal ini penulis melihat fenomena yang ada di lingkungan penulis sendiri bahwa terdapat banyaknya Kepala Keluarga yang berlangganan Koran Kompas. Padahal diketahui harga Koran Kompas saat ini adalah sebesar 4.500 rupiah lebih mahal dari harga koran lainnya, hal ini dapat dilihat dari perbandingan harga koran yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.2
Perbandingan Harga Koran

Surat Kabar	Harga Eceran
Koran Kompas	4.500
Seputar Indonesia	4.000
Republika	3.500
Media Indonesia	3.500

(Sumber : Pedagang Koran)

Dari data tabel diatas dapat dilihat harga Koran Kompas lebih mahal dari harga koran lainnya, namun walaupun harga Koran Kompas yang terbilang mahal masih banyak juga konsumen yang tetap mau untuk berlangganan Koran Kompas. Hal ini dilihat dari banyaknya konsumen yang tetap berlangganan Koran Kompas salah satunya adalah Kepala Keluarga yang tinggal di Jl. Swakarsa RW003 Pondok Kelapa Jakarta Timur. Dapat diketahui di lingkungan tersebut terdapat 130 Kepala Keluarga yang berlangganan Koran Kompas (Sumber: Loper Koran Kompas). Hal ini penting untuk diteliti karena mengetahui mahalnya harga Koran Kompas dibanding dengan Koran lainnya namun masih banyak konsumen yang tetap mau berlangganan Koran Kompas, apa yang membuat konsumen tertarik dalam melakukan pembelian terhadap Koran Kompas apa karena desain Koran Kompas yang menarik, atau karena beritanya yang *ter-update* dan lengkap, atau kebutuhan konsumen akan Koran Kompas, atau karena promosi Koran Kompas yang bagus sehingga membuat konsumen banyak mengenal Koran Kompas.

Menurut Swastha (2000) dalam Rofiza (2007:13) perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Perilaku konsumen itu sendiri juga merupakan tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.

Dalam Sejarah koran Kompas, Harian Kompas adalah salah satu di antara dua koran di Indonesia yang diaudit oleh Audit Bureau of Circulations (ABC). Koran lainnya yang juga diaudit adalah Warta Kota.

Ide awal penerbitan harian ini datang dari Jenderal Ahmad Yani, yang mengutarakan keinginannya kepada Frans Seda untuk menerbitkan surat kabar yang berimbang, kredibel, dan independen. Frans kemudian mengemukakan keinginan itu kepada dua teman baiknya, P.K. Ojong (1920-1980) dan Jakob Oetama yang pada waktu itu sudah mengelola majalah Intisari yang terbit tahun 1963.

Awalnya harian ini diterbitkan dengan nama Bentara Rakyat. Menurut Frans Seda nama Bentara sesuai dengan selera orang Flores. Namun atas usul Presiden Soekarno, namanya diubah menjadi Kompas yang berartikan pemberi arah dan jalan dalam mengarungi lautan dan hutan rimba.

Setelah mengumpulkan tanda bukti 3000 calon pelanggan sebagai syarat izin penerbitan, akhirnya Kompas terbit pertama kali pada tanggal 28 Juni 1965. Pada mulanya kantor redaksi Kompas masih menumpang di rumah Jakob Oetama, kemudian berpindah menumpang di kantor redaksi Majalah Intisari. Pada terbitan perdananya, Kompas hanya terbit dengan empat halaman dengan iklan yang hanya berjumlah enam buah. Selanjutnya, pada masa-masa awal berdirinya di tahun 1965 Koran Kompas terbit sebagai surat kabar mingguan dengan delapan halaman, lalu terbit 4 kali seminggu, dan hanya dalam kurun waktu 2 tahun telah berkembang menjadi surat kabar harian nasional.

Seiring dengan pertumbuhannya, seperti kebanyakan surat kabar yang lain, harian Kompas saat ini dibagi menjadi tiga bagian (section), yaitu bagian depan yang memuat berita nasional dan internasional, bagian berita bisnis dan keuangan, bagian berita olahraga dan iklan baris yang disebut dengan klasika. Harian Kompas diterbitkan oleh PT Kompas Media Nusantara.

Oleh karena itu penulis ingin lebih mengetahui apa yang menyebabkan konsumen ingin membeli Koran Kompas dan seberapa besar pengaruh perilaku konsumen pada keputusan dalam pembelian koran Kompas tersebut. Dari latar belakang masalah yang telah diketahui diatas, maka penulis mengambil judul : **“ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KORAN**

KOMPAS (Studi Kasus : di Jl. Swakarsa RW 003 Pondok Kelapa Jakarta Timur)”

B. Perumusan Masalah

Penulis terlebih dahulu akan merumuskan masalah mengenai isi skripsi ini sebagai berikut :

- a. Bagaimana hubungan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Koran Kompas ?
- b. Bagaimana pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Koran Kompas?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian dilakukan untuk menemukan bukti hasil analisis mengenai pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian koran Kompas. Tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui hubungan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Koran Kompas.
- b. Untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Koran Kompas.

D. Manfaat Penelitian

Sejalan dengan tujuan penelitian diatas, maka kegunaan penelitian ini adalah :

a. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk memberikan informasi-informasi pengetahuan dan juga menambah wawasan mengenai seberapa besar perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian Koran Kompas.

b. Bagi Pembaca

Kegunaan dari penelitian ini bagi para pembaca adalah sebagai bahan masukan pengetahuan yang dapat berguna bagi siapa saja yang membacanya.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini berguna sebagai bahan informasi bagi perusahaan agar lebih dapat memahami dan mengetahui keinginan konsumen sehingga kedepannya perusahaan dapat terus memberikan kepuasan pada konsumennya.