

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA ATRIBUT PRODUK
DENGAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN SURAT KABAR KOMPAS
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Kadipiro)**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Disusun Oleh :

**IKA YUNIAWATI
B 100 070 191**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2011

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, informasi menjadi faktor yang sangat penting di dalam kehidupan masyarakat, baik informasi di bidang ekonomi, politik, sosial, teknologi maupun di bidang lainnya. Informasi kini bukan lagi sebagai kebutuhan, tetapi sudah menjadi komoditi masyarakat luas. Kebebasan menerima dan menyampaikan informasi akan dapat membuka lebar cakrawala masyarakat.

Kejadian yang berlangsung di suatu benua dalam waktu beberapa detik saja, dapat langsung di ketahui benua lainnya, sehingga membuat setiap orang dapat lebih bebas dalam memilih sarana informasi yang di inginkan secara tepat dan tepat. Adanya peluncuran satelit-satelit komunikasi dapat semakin mempercepat penyampaian informasi. Fenomena tersebut mendorong terjadinya persaingan yang tajam dalam dunia industri informasi atau media masa, baik cetak (surat kabar, majalah, tabloid dan lain-lain) maupun media elektronik (televisi, radio, internet, dan lain-lain).

Sebenarnya antara surat kabar, majalah, televisi maupun internet dalam hal ini menyampaikan informasi, nyaris tidak ada bedanya sama sekali, sistem penyampainya lah yang berbeda. Masing-masing media harus menyesuaikan dengan perbaikan kepentingan, terutama kepentingan publik sebagai audiensnya. Surat kabar dalam berebut pelanggan tidak hanya

bersaing dengan sesama surat kabar saja, tetapi juga dengan majalah, televisi, internet dan media informasi lainnya, karena mereka sama-sama menjual berita dan iklan. Dampaknya kehidupan pers kini berubah dari pers idialis menjadi pers industrialis, sementara informasi sudah menjadi komoditi.

Penerbitan pers dalam bentuk surat kabar merupakan bentuk idiologi yang mempunyai misi tertentu sehingga tidak sama dengan produk barang lainnya. Misi itu yakni ikut mencerdaskan masyarakat, menegakkan keadilan dan memberantas kebatilan. Dalam melaksanakan misinya, pers harus mempunyai jiwa dan semangat untuk menjalin kesetiakawanan, Bantu membantu dan saling melakukan kontrol untuk kemajuan bersama

Sebagai salah satu penyedia informasi, surat kabar mempunyai kelebihan dibidang dengan media komunikasi lain seperti televisi, radio, majalah maupun internet, kelebihan itu antara lain:

1. Berita dan artikel yang di cetak dapat di baca kapan saja dan di mana saja secara berulang-ulang.
2. Prosedur kepemilikannya yang mudah dan murah.
3. Dapat di bawa kemana-mana dengan mudah.

Pihak penerbitan pers atau surat kabar yang bersaing harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen karena kompetitor juga mengincar sekaligus ingin melayani konsumen potensial. Tiap-tiap penerbit pers atau surat kabar berusaha menyajikan berbagai macam dan jenis berita, artikel ataupun rubrik yang aktual dan terbaik yang benar-benar di minati, bermanfaat dan menghibur selain itu juga memberikan

pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Dengan mengamati segala kegiatan individu yang terlibat langsung maupun tidak langsung yang mengarah terhadap produk yang ditawarkan termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan dalam pembelian. Ini akan dapat membantu perusahaan dalam mengeluarkan strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan produk sehingga dapat diterima oleh konsumen.

Dalam persaingan itu masing-masing surat kabar mempunyai atribut produk yang berbeda-beda sesuai dengan keinginan pasar sasaran yang ditentukan oleh perusahaan bagi produk tersebut. Atribut produk yang berbeda-beda ini di mungkinkan dapat menjadi alasan bagi konsumen dalam pembelian surat kabar. Atribut produk merupakan unsur penting dalam pemasaran di mana atribut atau ciri-ciri produk bisa menentukan mengapa seseorang memilih produk tertentu. Menurut (Fandi, 1997:103) atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan di jadikan dasar oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Pada umumnya konsumen akan membandingkan dan menilai jenis surat kabar di lihat dari atribut produk yang melekat pada berbagai jenis surat kabar. Keputusan membeli adalah fungsi seberapa dekat harapan pembeli atas suatu produk dengan kinerja yang di rasakan pembeli atas produk tersebut.

Surat kabar Kompas merupakan sebuah perusahaan yang paling lama atau mempunyai umur yang lebih lama dari media yang lainnya. Seperti yang telah kita ketahui surat kabar Kompas termasuk surat kabar berskala nasional

sebagai perusahaan media masa yang besar dan prestisius di Indonesia yang melahirkan komunitas pembaca Kompas yang fanatik dan beberapa pelanggan mengidentifikasi dirinya dengan bangga sebagai “pembaca Kompas”.

Halaman surat kabar Kompas termasuk paling banyak dibandingkan dengan Koran harian lainnya, yang bila dibaca semuanya bisa menghabiskan waktu berjam-jam lamanya. Walaupun begitu, kita dapat dengan mudah untuk membaca artikel atau informasi yang menarik dengan melihat indeks beritanya. Kualitas kertasnya dan cetakannya bagus sehingga menarik untuk membacanya.

Informasi atau berita yang disajikan pun beraneka ragam mulai dari berita dalam dan luar negeri, politik, kriminalitas, ekonomi, seni, sosial, bisnis, layanan masyarakat, olahraga, properti, penjualan. Tidak hanya berita saja yang mereka sajikan, tetapi ada beberapa kolom seperti tips, iklan, sains, kesehatan, infotainment, remaja dan anak-anak, serta informasi mengenai lowongan pekerjaan.

Sekilas surat kabar itu hampir sama, tetapi ada faktor lain yang menyebabkan masyarakat cenderung memilih surat kabar "Kompas" sebagai sumber informasi serta bahan referensi mereka. Di samping Kompas memberikan beritanya paling up to date, berimbang pemberitaannya, dan juga khususnya isi beritanya disajikan lebih lengkap, ada faktor lain yaitu berupa kepercayaan masyarakat terhadap surat kabar Kompas tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Analisis Hubungan Antara Atribut Produk Dengan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Surat Kabar Kompas (Studi Kasus pada Masyarakat Kelurahan Kadipiro)**”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara atribut produk (aktualitas berita; isi berita; harga; lokasi) dengan keputusan konsumen dalam pembelian surat kabar Kompas?
2. Apakah variabel isi berita yang merupakan variabel atribut produk mempunyai hubungan yang dominan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian surat kabar Kompas?

C. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang telah di rumuskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui hubungan antara atribut produk (aktualitas berita; isi berita; harga; lokasi) dengan keputusan konsumen dalam pembelian surat kabar Kompas.

2. Untuk menganalisis dan mengetahui atribut produk yang memiliki hubungan dominant dengan keputusan konsumen dalam pembelian surat kabar Kompas.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Berguna sebagai pengaplikasian ilmu manajemen pemasaran kedalam kasus nyata di lapangan.

2. Bagi Peneliti Lain

Dapat memberikan masukan atau acuan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian dalam bidang manajemen pemasaran.

- a. Bagi Praktisi Pasar

Bagi produk ini berguna sebagai dasar pertimbangan dalam melakukan pemasaran.

- b. Bagi Surat Kabar Kompas

Dapat di gunakan sebagai acuan untuk memperbaiki kebijakan dalam isi berita (surat kabar Kompas).

E. Sistematika Penulisan

Penulis menyusun skripsi dengan menggunakan sistematika yang sederhana dengan maksud agar lebih mudah menerangkan segala

permasalahan menjadi terarah pada sasaran. Adapun sistematika penulisan skripsi, adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penyusunan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dengan penelitian yang dilakukan, tinjauan terhadap penelitian-penelitian terkait yang pernah dilakukan sebelumnya dan hipotesis. Tinjauan pustaka pada dasarnya merupakan usulan penelitian dan memuat materi-materi tertulis yang dipakai sebagai bahan acuan dalam pembahasan atas topik permasalahan yang di munculkan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari kerangka penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan variabel penelitian, hipotesis dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA

Bab ini berisi gambaran umum mengenai subjek penelitian, hasil analisa data dan pembahasan (penetapan metode penelitian, perbandingan hasil penelitian dengan kriteria-kriteria yang ada, pembuktian hipotesis, serta jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang

telah disebutkan dalam perumusan masalah tentang analisa dan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti).

BAB V PENUTUP

Penutup berisi simpulan dari serangkaian pembahasan skripsi, keterbatasan atau kendala-kendala dalam penelitian serta saran-saran yang perlu untuk disampaikan baik untuk subjek penelitian maupun bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN