



**PENGARUH BRAND IMAGE STASIUN TV DAN KUALITAS
PROGRAM TV TERHADAP KEPUASAN PEMIRSA DAN
LOYALITAS PEMIRSA
STUDI KASUS PROGRAM TV KDI MNCTV PADA PEMIRSA
DI JAKARTA**

TESIS

**HARDIKA TRI NUGROHO
55114310028**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCUBUANA
2016**



**PENGARUH BRAND IMAGE STASIUN TV DAN KUALITAS
PROGRAM TV TERHADAP KEPUASAN PEMIRSA DAN
LOYALITAS PEMIRSA
STUDI KASUS PROGRAM TV KDI MNCTV PADA PEMIRSA
DI JAKARTA**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

**HARDIKA TRI NUGROHO
55114310028**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCUBUANA
2016**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Brand Image Stasiun TV dan Kualitas Program TV terhadap Kepuasan Pemirsa dan Loyalitas Pemirsa.
Studi Kasus Program TV KDI MNCTV pada Pemirsa di Jakarta

Bentuk Karya Akhir : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

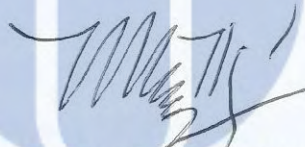
Nama : Hardika Tri Nugroho

NIM : 55114310028

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 7 Oktober 2016

Mengesahkan
Pembimbing Utama,



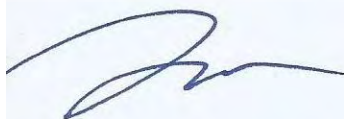
(Dr. Mudji Sahar, MBA)

U N I V E R S I T A S

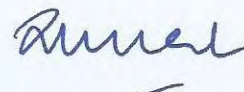
M E R C U B U A N A

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Augustina Kurniasih, M.E)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Brand Image Stasiun TV dan Kualitas Program TV terhadap Kepuasan Pemirsa dan Loyalitas Pemirsa. (Studi Kasus Program TV KDI MNCTV pada Pemirsa di Jakarta)

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Hardika Tri Nugroho

NIM : 55114310028

Program : Magister Manajemen

Tanggal :

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

U N I V E R S I T A S

Jakarta, September 2016



(Hardika Tri Nugroho)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah Subhana Wa Ta'alaah atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis serta salam untuk Baginda Nabi Muhammad Salallahu Alaihi Wassalam, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Pengaruh Brand Image Stasiun TV dan Kualitas Program TV terhadap Kepuasan Pemirsa dan Loyalitas Pemirsa (Studi Kasus Program TV KDI MNCTV pada Pemirsa di Jakarta).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada : Dr. Mudji Sabar, MBA selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Penulis juga berterima kasih kepada Dr. Achmad Fachrodji, selaku Penguji pada Seminar Proposal dan Sidang Tesis, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.

Tak lupa penulis berterima kasih kepada Ketua Program Studi Magister Manajemen Dr. Augustina Kurniasih, M.E. Demikian juga penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen dan staff administrasi Program Studi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada Pihak Nielsen Indonesia dan Programming MNCTV, kedua orang tua dan kakak-kakak: Bapak Darsono (Alm) dan Ibu Titiek, Mas Hari dan Mbak Intan, Mas Tutus dan Mbak Rina untuk segala support dan kasih sayangnya, sahabat: Mbak Fitrisiana, Fariz, Arif, Rudi beserta seluruh teman yang membantu dalam menyelesaikan karya ilmiah ini, Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam dunia pendidikan.

Jakarta, September 2016

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Performa Share MNCTV.....	1
1.1.2 Perbandingan Rating / Share KDI vs D Academy.....	3
1.1.3 Survey KDI 2014.....	4
1.2 Identifikasi, Perumusan, dan Batasan Masalah.....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	6
1.2.2 Rumusan Masalah	7
1.2.3 Batasan Masalah	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Maksud Penelitian	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	9

1.4.1 Manfaat Penelitian	9
1.4.2 Kegunaan Penelitian	9

BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

2.1 Sejarah MNCTV	11
2.2 Lingkup Bidang Usaha.....	13
2.2.1 Divisi News	13
2.2.2 Divisi Produksi	14
2.2.3 Divisi Programming	14
2.3 Sumber Daya Manusia	15
2.4 Tantangan Bisnis Perusahaan.....	16
2.5 Proses / Kegiatan Fungsi Bisnis.....	17
2.5.1 Kontes Dangdut Indonesia (KDI) – MNCTV	18
2.5.2 D Academy – Indosiar	22

BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

3.1 Kajian Teori	26
3.1.1 Brand Image (Citra Merek).....	26
3.1.2 Kualitas Program TV.....	28
3.1.3 Kepuasan Pemirsa.....	33
3.1.4 Loyalitas Pemirsa.....	37
3.2 Pengaruh Brand Image Stasiun TV Terhadap Kepuasan Pemirsa	39
3.3 Pengaruh Kualitas Program TV Terhadap Kepuasan Pemirsa	45
3.4 Pengaruh Brand Image Stasiun TV Terhadap Loyalitas Pemirsa	59
3.5 Pengaruh Kualitas Program TV Terhadap Loyalitas Pemirsa	64

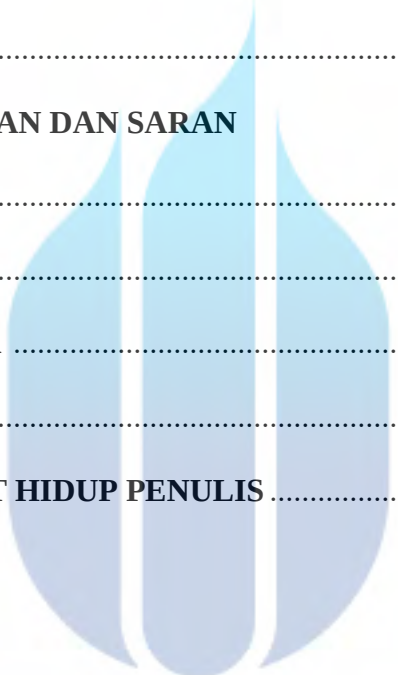
3.6 Penelitian Terdahulu	75
3.7 Kerangka Pemikiran	85
3.8 Hipotesis	85

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1 Jenis / Desain Penelitian	87
4.2 Variabel Penelitian / Fenomena yang Diamati.....	87
4.3 Definisi Operational dan Pengukuran Variabel	89
4.3.1 Definisi Operasional	89
4.3.2 Pengukuran Variabel	91
4.4 Jenis dan Sumber Data	92
4.4.1 Jenis Data.....	92
4.4.2 Sumber Data	93
4.5 Teknik Pengumpulan Data.....	93
4.6 Populasi dan Sampel Penelitian	94
4.6.1 Populasi	94
4.6.2 Sampel	95
4.7 Metode Analisis Data	97
4.7.1 Uji Kualitas Data	97
4.7.1.1 Uji Validitas	97
4.7.1.2 Uji Reliabilitas	101
4.7.2 Uji Asumsi Klasik	103
4.7.2.1 Uji Normalitas	103
4.7.2.2 Uji Multikolinearitas	104
4.7.2.3 Uji Heterokedastisitas	104

4.7.3 Koefisien Determinasi	105
4.7.4 Pengujian Hipotesis	106
4.7.4.1 Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)	107
4.7.4.2 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t) ...	109
4.7.5 Analisis Jalur	111
4.7.6 Analisis Korelasi Antar Dimensi	116
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Gambaran Umum Responden Penelitian	118
5.2 Hasil Penelitian	121
5.2.1 Penyajian Data	121
5.2.2 Statistik Deskriptif Data Penelitian	122
5.2.3 Uji Instrumen	124
5.2.3.1 Uji Validitas	125
5.2.3.2 Uji Reliabilitas	128
5.2.4 Uji Asumsi Klasik	130
5.2.4.1 Uji Normalitas	130
5.2.4.2 Uji Multikolinieritas	131
5.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas	132
5.3 Uji Korelasi	133
5.3.1 Uji Korelasi Brand Image Terhadap Kepuasan Pemirsa	134
5.3.2 Uji Korelasi Kualitas Program TV Terhadap Kepuasan Pemirsa	134
5.3.3 Uji Korelasi Brand Image terhadap Loyalitas Pemirsa	135
5.3.4 Uji Korelasi Kualitas Program TV Terhadap Loyalitas Pemirsa	135
5.3.5 Uji Korelasi Kepuasan Pemirsa Terhadap Loyalitas Pemirsa ..	136

5.4 Analisis Jalur	137
5.4.1 Pengujian sub struktur 1	137
5.4.2 Pengujian sub struktur 2	139
5.4.3 Kesimpulan pengujian sub struktur1 dan 2	142
5.4.4 Uji Hipotesis	144
5.4.5 Pengujian Korelasi antar Dimensi	150
5. 5 Pembahasan.....	151
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	162
6.2 Saran	164
DAFTAR PUSTAKA	167
LAMPIRAN.....	171
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS	193


 UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel 1.1 Performa Share 11 Stasiun TV Swasta Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Data Rating / Share (TVR/SHR) KDI vs D Academy.....	3
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu	76
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel.....	90
Tabel 4.2 Skala Likert	92
Tabel 4.3 Matriks Korelasi Antar Dimensi	116
Tabel 4.4 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi ..	117
Tabel 5.1 Jenis Kelamin Pemirsa Program KDI MNCTV.....	118
Tabel 5.2 Usia Pemirsa Program KDI MNCTV	119
Tabel 5.3 Tabel 5.3 Pekerjaan Pemirsa Program KDI MNCTV	119
Tabel 5.4 Pengeluaran Pemirsa Program KDI MNCTV.....	120
Tabel 5.5 Domisili Pemirsa Program KDI MNCTV	121
Tabel 5.6 Deskripsi Statistik	122
Tabel 5.7 Validitas Butir Pernyataan Brand Image	125
Tabel 5.8 Validitas Butir Pernyataan Kualitas Program TV.....	126
Tabel 5.9 Validitas Butir Pernyataan Kepuasan Pemirsa.....	127
Tabel 5.10 Validitas Butir Pernyataan Loyalitas Pemirsa	127
Tabel 5.11 Reliability Statistics Brand Image.....	128
Tabel 5.12 Reliability Statistics Kualitas Program TV	116
Tabel 5.13 Reliability Statistics Kepuasan Pemirsa.....	116
Tabel 5.14 Reliability Statistics Loyalitas Pemirsa	129
Tabel 5.15 Uji Multikolinieritas.....	132

Tabel 5.16 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .	133
Tabel 5.17 Korelasi Brand image Terhadap Kepuasan Pemirsa.....	134
Tabel 5.18 Korelasi Kualitas Program TV Terhadap Kepuasan Pemirsa...	134
Tabel 5.19 Korelasi Brand Image terhadap Loyalitas Pemirsa.....	135
Tabel 5.20 Korelasi Kualitas Program TV Terhadap Loyalitas Pemirsa....	135
Tabel 5.21 Korelasi Kepuasan Pemirsa Terhadap Loyalitas Pemirsa.....	136
Tabel 5.22 Hasil kesimpulan uji korelasi sub struktur 1	136
Tabel 5.23 Hasil kesimpulan uji korelasi sub struktur 2.....	136
Tabel 5.24 Uji sub struktur 1.....	137
Tabel 5.25 Uji sub struktur 2.....	140
Tabel 5.26 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Pengaruh Total	143
Tabel 5.27 Matrik Korelasi Antar Dimensi.....	150
Tabel 5.28 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .	150

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Lingkaran Komposisi Gender	4
Gambar 1.2 Grafik Lingkaran Komposisi Status Pekerjaan	5
Gambar 1.3 Grafik Lingkaran KDI vs D'Academy	5
Gambar 1.4 Grafik Lingkaran KDI 2014 vs KDI Dulu	5
Gambar 2.1 Logo MNCTV	12
Gambar 2.2 Logo KDI	18
Gambar 2.3 Juara 1 KDI 1-2015	22
Gambar 3.1 Kerangka Berpikir	85
Gambar 4.1 Diagram Jalur Lengkap	114
Gambar 4.1 Diagram Jalur Sub Struktur 1	114
Gambar 4.1 Diagram Jalur Sub Struktur 2.....	115
Gambar 5.1 Uji Normalitas	131
Gambar 5.2 Uji Heteroskedastisitas	133
Gambar 5.3 Kausal Empiris Antar Jalur sub struktur1 dan 2	142

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian	171
Lampiran 2 Data Olahan SPSS	164
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian	189

