

**PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SURAT KABAR HARIAN RADAR BOGOR
PADA PT BOGOR EXPRESS MEDIA**

SKRIPSI

Nama : Indra Mahardika

N I M : 43107120112



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2013

**PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SURAT KABAR HARIAN RADAR BOGOR
PADA PT BOGOR EXPRESS MEDIA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Indra Mahardika

N I M : 43107120112



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indra Mahardika

NIM : 43107120112

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 11 September 2013



INDRA MAHARDIKA
43107120112

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Indra Mahardika
NIM : 43107120112
Program Studi : Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Radar Bogor pada PT. Bogor Express Media
Tanggal Lulus Ujian : 12 September 2013

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi



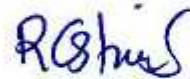
(Zulfetri MS., MM.)

Dekan



(Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA)

Ketua Program Studi Manajemen – S1



(Dr. Rina Astini, MM.)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Radar Bogor
pada PT. Bogor Express Media

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

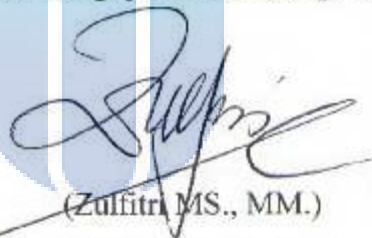
Indra Mahardika

43107120112

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal

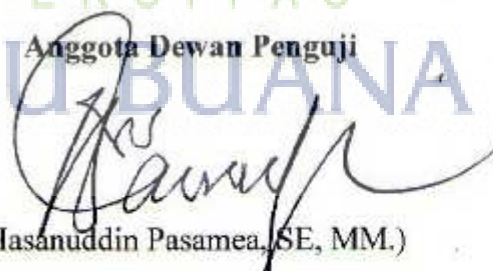
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



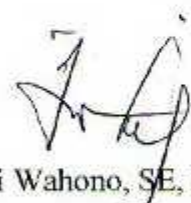
(Zulfitri MS., MM.)

Anggota Dewan Penguji



(Hasanuddin Pasamea, SE, MM.)

Anggota Dewan Penguji



(Tri Wahono, SE, MM.)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Alhamdulillah, Puji dan syukur kehadiran Allah S.W.T Yang Maha Pengasih dan Penyayang, atas rahmat dan karunia yang diberikan kepada kita semua dan telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya yang diberikan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Radar Bogor pada PT. Bogor Express Media, yang merupakan syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S1) Manajemen pada Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan peran serta dari berbagai pihak, sulit bagi penulis untuk menyelesaikan penulisan ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan memberikan penghargaan yang setinggi – tingginya kepada :

1. Arisetyanto Nugroho, Dr, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Zulfitri MS, MM. selaku dosen pembimbing saya yang sangat membantu dan mendorong saya dalam menyelesaikan skripsi ini
3. DR. Wiwik Utami, SE.Ak. M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Rina Astini, Dr., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.

5. Pimpinan dan seluruh staff serta para dosen yang telah membantu pelaksanaan kegiatan perkuliahan dan administrasi selama masa kuliah di Universitas Mercu Buana.
6. Kedua orang tua penulis (Alm. Herry Chairiad dan Maria) juga keluarga tercinta yang memberikan doa, dorongan, dukungan moral dan semangat selama ini yang tak terhingga nilainya.
7. Olla Sudradjat yang sejak awal selalu mendorong dan menyemangati saya untuk menyelesaikan pendidikan ini.
8. Gwen Odora Mahardika, anak tercinta yang secara tidak langsung dia selalu memotivasi saya.
9. Yohana Setiawati yang selalu menemani, terima kasih atas dukungan moral dan doanya.
10. Krisnadharna Irawan, sahabat yang selalu mendukung penulis dan Seluruh sahabat – sahabat tersayang & seperjuangan, terima kasih untuk motivasi dan supportnya sehingga penulis bisa menyelesaikan studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
11. Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan hidayah-Nya, kesehatan jasmani dan rohani, memberikan cintanya tanpa batas dan tanpa hentinya sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
12. Serta semua pihak yang terlibat baik secara langsung ataupun tidak dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangannya. Untuk itu penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari semua pihak dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Akhir kata penulis mengucapkan Alhamdulillah rabbil'alamiin. Wassalam mualaikum wr.wb.

Jakarta, 11 September 2013

Indra Mahardika
Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	6
2.3 Harga.....	7

2.3.1	Pengertian Harga	7
2.3.2	Peranan Harga.....	8
2.3.3	Prosedur Penetapan Harga.....	9
2.3.4	Tujuan Penetapan Harga.....	10
2.3.5	Faktor-faktor dalam Penetapan Harga.....	12
2.3.6	Faktor yang Mempengaruhi Kepekaan Konsumen terhadap Harga.....	14
2.4	Keputusan Pembelian Konsumen.....	16
2.4.1	Konsep Perilaku Konsumen.....	16
2.4.2	Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2.4.3	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	19
2.4.4	Tahapan pengambilan keputusan.....	18
2.4.5	Indikator-indikator Lingkungan Kondisi Kerja	19
2.5	Surat Kabar.....	23
2.5.1	Pengertian Surat Kabar.....	23
2.5.2	Fungsi Surat Kabar.....	24
2.5.3	Struktur Surat kabar.....	25
2.5.4	Kategori Pembaca Surat Kabar.....	26
BAB III	METODE PENELITIAN	27
3.1	Objek Penelitian	27
3.1.1	Tinjauan Umum Perusahaan.....	27
3.1.2	Struktur Organisasi PT. Bogor Express Media.....	29

3.2	Desain Penelitian	37
3.3	Hipotesis Penelitian	37
3.4	Variabel dan Skala Pengukurannya	38
3.4.1	Variabel	38
3.4.2	Skala Pengukuran	38
3.5	Definisi Operasional Variabel	39
3.5.1	Harga(X)	39
3.5.2	Keputusan Pembelian (Y)	40
3.6	Metode Pengumpulan Data	41
3.6.1	Penelitian Lapangan (Field Research)	41
3.6.2	Studi Literatur	42
3.7	Jenis Data	42
3.8	Populasi Dan Sample	42
3.8.1	Populasi	42
3.8.2	Sample	43
3.9	Metode Analisis Data	44
3.9.1	Metode Analisis Deskriptif Kuantitatif	44
3.9.2	Metode Analisis Kuantitatif	44
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	47
4.1	Karakteristik Responden	47
4.1.1	Karakter Responden berdasarkan jenis Kelamin.....	47
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	

Terakhir.....	48
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per-bulan.....	49
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	50
4.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	51
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Harga Surat Kabar Harian Radar Bogor (X).....	51
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian terhadap Surat Kabar Harian Radar Bogor (Y).....	55
4.3 Analisis Deskriptif	58
4.3.1 Uji Instrumen	58
4.3.2 Analisis Regresi Sederhana	62
4.3.3 Pengujian Hipotesis.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skor Jawaban Skala Likert	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per-Bulan.....	50
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya Tempat Tinggal.....	50
Tabel 4.7	Menurut anda, harga surat kabar Harian Radar Bogor dapat bersaing dengan harga-harga produk sejenis.....	52
Tabel 4.8	Menurut anda, harga surat kabar Harian Radar Bogor yang ditawarkan relative murah.....	52
Tabel 4.9	Menurut anda, toko atau agen surat kabar Harian Radar Bogor telah memberikan potongan harga.....	53
Tabel 4.10	Menurut anda, harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan penyajian surat kabar Harian Radar Bogor.....	54
Tabel 4.11	Menurut anda, biaya pengiriman surat kabar dapat mempengaruhi harga.....	54
Tabel 4.12	Menurut anda, harga mempengaruhi anda untuk membeli surat kabar Harian Radar Bogor	55
Tabel 4.13	Menurut anda, surat kabar Harian Radar Bogor telah memenuhi kualitas dalam hal pemberian informasi.....	56

Tabel 4.14	Anda selalu merasa yakin pada kualitas dan kuantitas surat kabar Harian Radar Bogor	56
Tabel 4.15	Menurut anda, kesetiaan konsumen sangat penting untuk mempertahankan penjualan surat kabar Harian Radar Bogor	57
Tabel 4.16	Anda selalu merasa puas dengan isi dari surat kabar Harian Radar Bogor	57
Tabel 4.17	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	59
Tabel 4.18	Reliability Statistics.....	61
Tabel 4.19	Coefficients.....	62
Tabel 4.20	Model Summary.....	64



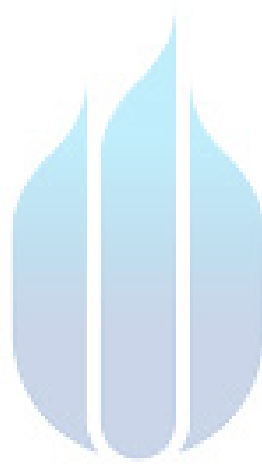
DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Bogor Express Media.....	36
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1:	Kuesioner Penelitian	69
Lampiran 2:	Distribusi Jawaban Responden Pada Kuesioner	70
Lampiran 3:	Ouput SPSS 17	76



UNIVERSITAS
MERCU BUANA