

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP HARIAN INDOPOS
PADA PT. INDOPOS INTERMEDIA PRESS**

SKRIPSI

Nama : Annita Suwarno

NIM : 43107010061



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2011

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP HARIAN INDOPOS
PADA PT. INDOPOS INTERMEDIA PRESS**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Annita Suwarno

NIM : 43107010061



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2011

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annita Suwarno

Nim : 43107010061

Program Studi : Manajemen S1

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.

Jakarta, 11 Agustus 2011

(Annita Suwarno)

NIM : 43107010061

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Annita Suwarno

NIM : 43107010061

Program Studi : Manajemen - Strata 1

Judul Skripsi : **“Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Harian
Indopos Pada PT. Indopos Intermedia Press”**

Tanggal Lulus Ujian : 11 Agustus 2011

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi

(Tafiprios SE., MM)

Tanggal :

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen S1

(Dr. Enny Ariyanto, SE., M.Si)

(H. Arief Bowo Prayoga K, SE., MM)

Tanggal :

Tanggal :

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

**Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Harian Indopos Pada PT. Indopos
Intermedia Press**

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

Annita Suwarno

43107010103

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 11 Agustus 2011

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji / Pembimbing

(Tafiprios, SE., MM)

Anggota Dewan Penguji

(Dr. Cecep Winata, M.Si)

Anggota Dewan Penguji

(Luna Haningsih, SE., ME)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Harian Indopos Pada PT. Indopos Intermedia Press”*** sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen S1 di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan. Namun, penulis berharap skripsi ini bisa memberikan manfaat untuk menambah pengetahuan khususnya bagi penulis sendiri dan juga bagi para pembaca, selain itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan di masa yang akan datang.

Penulisan skripsi ini, dapat terselesaikan dengan bekal dan ilmu pengetahuan yang diperoleh semasa mengikuti perkuliahan dan juga atas bantuan keluarga, para Dosen-dosen, sahabat dan teman-teman, serta berbagai pihak lainnya. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

2. Bapak Dr. Enny Ariyanto, Se., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak H. Arief Bowo Prayoga K, SE., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Tafiprios, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran, bimbingan, koreksi dan motivasi kepada penulis untuk segera dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Cecep Winata, M.Si dan Ibu Luna Haningsih, SE., ME selaku anggota dosen penguji yang telah bersedia meluangkan waktunya menjadi dalam sidang skripsi.
6. Bapak Tri Wahyono, SE., MM dan Ibu Luna Haningsih, SE., ME selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.
7. Bapak/ Ibu Dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, atas semua ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis selama di perkuliahan.
8. Kedua orang tua tercinta Bapak Suwarno dan Mama Suyatmi, yang telah memberikan Do'a dan Restunya, kasih sayang, perhatian, motivasi dan dukungan moril maupun materil yang diberikan penulis selama ini.
9. Adikku tercinta Ida Susanti, yang selalu memberikan canda tawa dan semangat kepada penulis.
10. Kekasihku Rohim Nugraha S.ikom yang selalu memberikan semangat dan tidak pernah bosan-bosanya mengingatkan kepada penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

11. Buat sahabat-sahabatku (Fida, Sisil, Evin, dan Hanik) terima kasih sudah menjadi sahabat-sahabat terbaik selama di perkuliahan, dan telah memberikan bantuan serta semangat.
12. Teman-teman angkatan 2007 Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen yang penulis tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih untuk semuanya.
13. Terakhir kepada semua pihak, rekan dan sahabat yang tidak bisa penulis sebut satu per satu.

Dengan segenap usaha dan kemampuan penulis yang terbatas, penulis telah menyelesaikan penelitian ini dengan semaksimal mungkin. Adapun kekurangan baik dalam materi maupun cara penyajian, penulis mohon maaf dan penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, agar dapat membuat penelitian yang lebih baik lagi dimasa mendatang.

Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca dan menjadi referensi bagi mahasiswa Manajemen.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Jakarta, 11 Agustus 2011

Annita Suwarno

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan	5
1.4.2 Manfaat	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Pemasaran	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6

2.1.2 Fungsi Pemasaran	7
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.3 Pengertian Bauran Pemasaran	10
2.4 Persepsi	12
2.4.1 Pengertian Persepsi	12
2.4.2 Proses Persepsi	13
2.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi	17
2.4.4 Pengelompokkan Persepsi	18
2.5 Perilaku Konsumen	20
2.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen	20
2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ...	21
2.6 Pengertian Produk	25
2.7 Merek Produk	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Gambaran Umum	30
3.1.1 Lokasi Penelitian	30
3.1.2 Profil Umum dan Sejarah Perusahaan	30
3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	32
3.1.4 Susunan Pengurus Perusahaan	33
3.2 Desain Penelitian	43
3.3 Definisi Operasional Variabel	44
3.4 Variabel dan Skala Pengukuran	45
3.4.1 Variabel Pengukuran	45

3.4.2 Skala Pengukuran Variabel	46
3.5 Metode Pengumpulan Data	46
3.6 Jenis Data	47
3.7 Populasi dan Sampel Penelitian	47
3.7.1 Populasi Penelitian.....	47
3.7.2 Sampel Penelitian	48
3.8 Metode Analisis Data	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Analisa Deskriptif Statistik	50
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden	50
4.2 Analisis Chi Square (Variabel Atribut Produk)	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 2	Tingkat Usia Responden	51
Tabel 3	Pendidikan Terakhir Responden	52
Tabel 4	Pekerjaan Responden	53
Tabel 5	Tingkat Pendapatan Responden	54
Tabel 6	Analisis Chi Square (Variabel Atribut Produk)	55
Tabel 7	Ringkasan Hasil dari Analisis Data	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil <i>Output SPSS 17.0 for windows</i> Kuisisioner
Lampiran 2	Rekap Hasil Kuisisioner
Lampiran 3	Kuisisioner
Lampiran A	Surat Ijin Penelitian
Lampiran B	Daftar Riwayat Hidup