

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
TABLOID BINTANG INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen

Nama : **YAHYA**

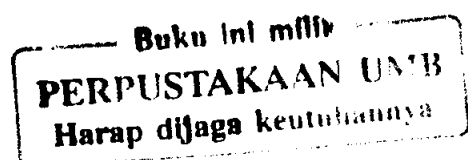
Nim : 0310311-186



MERCU BUANA

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2006



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : YAHYA
NIM : 0310311-186
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
KUALITAS TABLOID BINTANG INDONESIA

Disahkan Oleh :
Pembimbing,

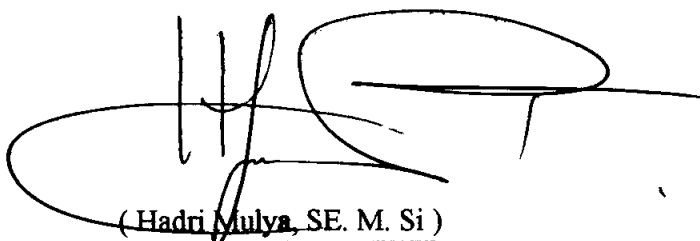


(Dra. Yuli Harwani R, MM)

UNIVERSITAS
Tanggal :
MERCU BUANA

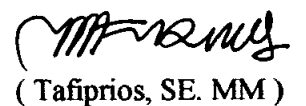
Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Jurusan Manajemen,



(Hadri Mulya, SE. M. Si)

Tanggal :



(Tafiprios, SE. MM)

Tanggal :

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Yang Maha Kuasa, karena dengan berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

Skripsi yang berjudul “ Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Tabloid Bintang Indonesia “ ini penulis ajukan untuk melengkapi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran di Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, oleh karenanya pada kesempatan yang baik ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak H. Probosutedjo selaku pimpinan Yayasan Universitas Mercu Buana, Jakarta.
2. Bapak Dr. Ir. H. Suharyadi, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Bapak Hadri Mulya, SE. M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Bapak Tafiprios, SE. MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
5. Ibu Dra. Yuli Harwani R, MM selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu dan pengetahuannya kepada penulis.
6. Seluruh Staff Dosen Pengajar Universitas Mercu Buana yang telah mendidik dan membimbing penulis selama belajar.

7. Seluruh Pimpinan dan Staff karyawan Perpustakaan Universitas Mercu Buana, Jakarta.
8. Ayahanda, Ibunda, Kakak-kakak dan Adik kami yang telah memberikan doa dan dukungan baik moril maupun materil yang tidak bisa penulis rangkai dengan kata-kata.

Disadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik materi maupun teknik penulisannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak untuk bahan masukan bagi penulisan ini.

Akhir kata penulis harapkan semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan khususnya bagi penulis sendiri sehingga dapat mengembangkan dan mengamalkan ilmu yang diperoleh.



(Yahya)

DAFTAR ISI

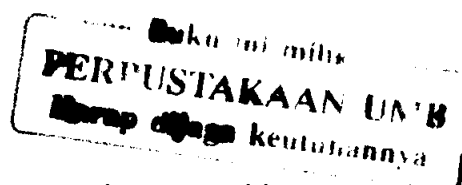
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN	

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3

BAB II LANDASAN TEORI

A. Definisi Pemasaran dan Konsep Pemasaran	5
1. Definisi Pemasaran	6
2. Konsep Pemasaran	7
B. Pengertian Produk	10
1. Hirarki Produk	11
2. Klasifikasi Produk	13
C. Segmentasi Pasar	15
D. Persepsi Konsumen dan Kepuasan Konsumen	17
1. Pengertian Persepsi Konsumen	17
2. Pengertian Kepuasan Konsumen	19
E. Pengertian Kualitas	21
F. Proses Pembelian Konsumen	23



BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	25
1. Lokasi Penelitian	25
2. Sejarah Singkat Perusahaan	25
3. Struktur Organisasi	26
B. Metode Penelitian	28
C. Metode Penentuan Sampel	28
D. Identifikasi Variabel	29
E. Metode Pengumpulan Data	30
F. Metode Analisis Data	30

BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Karakteristik Responden	32
B. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Tabloid Bintang Indonesia	37
C. Analisis Uji T Untuk Rata-rata Satu Sampel	47

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	54
B. Saran	55

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Tingkat Usia Responden	32
Tabel 4.2. Tingkat Pendapatan Responden	33
Tabel 4.3. Tingkat Pendidikan Responden	34
Tabel 4.4. Jenis Pekerjaan Responden	35
Tabel 4.5. Jenis Kelamin Responden	36
Tabel 4.6. Persepsi Konsumen Terhadap Cover Depan Tabloid	37
Tabel 4.7. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Kertas Tabloid	38
Tabel 4.8. Persepsi Konsumen Terhadap Harga Tabloid	39
Tabel 4.9. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Isi Berita Tabloid	40
Tabel 4.10. Persepsi Konsumen Terhadap Promosi Tabloid	42
Tabel 4.11. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Gambar Tabloid	43
Tabel 4.12. Persepsi Konsumen Terhadap Rubrik Tabloid	44
Tabel 4.13. Persepsi Konsumen Terhadap Kemudahan Mendapatkan Tabloid ..	45
Tabel 4.14. Persepsi Konsumen Terhadap Mutu Keseluruhan Atribut Tabloid ..	46