

ABSTRACT

PROFILE AND READERS'S KNOWLEDGE SURVEY BASED ON PSYCOGRAPH SEGMENT TO IMPROVE LISA MAGAZINE QUALITY

The increasing of media industry development, makes the players in this industry cleverly have to know what the readers really want. The media industry has several of player layer, one of them is printing media. While printing media itself is divided in several segment. One of the biggest market segment is woman, where there are many player participating. One of the publishing company that grew after crisis period in 2000 was PT. Media Massa Utama Jakarta as the Lisa magazine brand holder with tagline “Citra Wanita Aktif”.

This research has a purpose to know the lifestyle of Lisa magazine's readers for the benefit of improving Lisa magazine quality based on psychograph segment.

There are 278 respondent work as samples in this research. With research instrument technique arranged in questionnaire or poll form using sampling convenience.

MERCU BUANA

The result reveals Lisa magazine reader's profile based on its psychograph and knowing the reader's knowledge about Lisa magazine with a purpose to give suggestion to Redaksi of Lisa magazine and hoping the input can be used to improve Lisa magazine quality based on reader's psychography.

By this hopefully PT. MEDIA MASSA UTAMA as the Lisa magazine brand holder will be able to watch entirely the content of Lisa magazine for its readers.

ABSTRAK

YOICE CLARISSA NIM : 1310301-081 Survei Profil Dan Pengetahuan Pembaca Berdasarkan Segmen Psikografik Dalam Upaya Perbaikan Kualitas Majalah Lisa

Perkembangan industri media yang semakin meningkat, membuat para pemain di industri ini harus pandai-pandai mengetahui selera yang diinginkan konsumennya. Industri media memiliki beberapa lapis pemain diantaranya media cetak. Sementara media cetak sendiri terbagi dalam beberapa segmen. Salah satu segmen pasar terbesar adalah wanita, dimana terdapat banyak pemain didalamnya. Salah satu perusahaan media cetak yang tumbuh setelah masa krisis pada tahun 2000 adalah PT. Media Massa Utama Jakarta sebagai pemegang merek majalah Lisa dengan tagline “Citra Wanita Aktif”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya hidup dari target pembaca majalah Lisa yang berguna bagi perbaikan kualitas majalah Lisa berdasarkan segmen psikografik

Adapun jumlah sampel yang terdapat pada penelitian ini adalah sebanyak 278 orang responden. Dengan teknik instrumen penelitian disusun dalam bentuk kuesioner atau angket yang menggunakan sampling convenience.

Hasil penelitian mengungkapkan profil pembaca majalah Lisa berdasarkan psikografinya dan mengetahui pengetahuan pembaca atas majalah Lisa yang bertujuan memberikan usulan kepada redaksi majalah Lisa dan diharapkan usulan tersebut dapat dipakai untuk memperbaiki kualitas Majalah Lisa sesuai psikografik pembacanya.

Dengan demikian diharapkan PT. MEDIA MASSA UTAMA sebagai pemegang merek majalah Lisa agar dapat selalu memperhatikan kualitas isi majalah Lisa secara keseluruhan kepada pembaca.

PENGESAHAN TESIS

Judul : **Survei Profil Dan Pengetahuan Pembaca Berdasarkan Segmen Psikografik Dalam Upaya Perbaikan Kualitas Majalah Lisa**

Nama : Yoice Clarissa, SE

NIM : 1310301-081

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 10 November 2006



DR. Ir. Mustika Sufiati Purwanegara, MSc

Pembimbing Utama

Pembimbing II

DR. Ir. Mustika Sufiati Purwanegara, MSc

Sonny V. Sutedjo, MM

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini :

Judul : **Survei Profil Dan Pengetahuan Pembaca Berdasarkan Segmen Psikografik Dalam Upaya Perbaikan Kualitas Majalah Lisa**

Nama : **Yoice Clarissa, SE**

NIM : **1310301-081**

Program : **Pascasarjana Program Magister Manajemen**

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan surat keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 10 November 2006

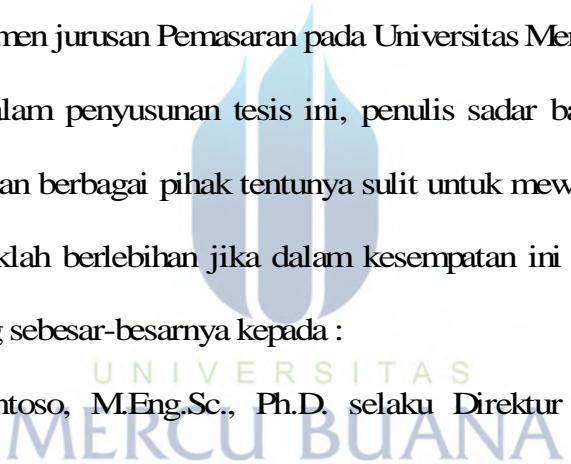
Yoice Clarissa, SE

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.

Adapun maksud dari penulisan tesis ini adalah untuk memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Magister Manajemen dalam Program Pasca Sarjana Magister Manajemen jurusan Pemasaran pada Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam penyusunan tesis ini, penulis sadar bahwa tanpa bimbingan, arahan dan bantuan berbagai pihak tentunya sulit untuk mewujudkan penulisan tesis ini. Kiranya tidaklah berlebihan jika dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- 
1. Ir. Dana Santoso, M.Eng.Sc., Ph.D. selaku Direktur Program Pascasarjana Magister Manajemen.
 2. Pembimbing Utama DR. Ir. Mustika Sufiati Purwanegara, MSc
 3. Pembimbing II Sonny V. Sutedjo, MM
 4. Bapak dan Ibu Dosen, serta semua karyawan Universitas Mercu Buana kelas Reguler Menteng.
 5. Suami R Pramundito Katong, SE , Nanda Pritasari dan Pradnya Kania Dita anak kami tercinta, papa dan mama atas segala dorongan, semangat, dan kesabarannya.

6. Teman-teman angkatan 7 kelas Reguler Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana kelas Menteng atas segala bantuan dan keakrabannya.
7. Pemimpin Redaksi Majalah Lisa Ibu Millie Stephanie, Manajer Iklan, Promosi dan Klub Lisa Ibu Magda, Manajer HRD Bapak Heru Setiawan.
8. Divisi Riset Mochamad Arief.
9. Teman-teman Divisi Iklan, Promosi dan Klub Lisa pada umumnya dan Redaksi pada khususnya yang banyak membantu.
10. Aan Prasetyo, Dicky "Awen", Iwin, dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu terselesaikannya penulisan tesis ini.

Penulis sangat berterimakasih apabila pembaca berkenan memberikan masukan dan kritik demi perbaikan penulis tesis. Penulis menyadari bahwa apa yang disampaikan dalam makalah ini masih banyak yang perlu disempurnakan.

Akhir kata penulis berharap semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca.

Jakarta, 10 November 2006

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR PUSTAKA	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah-Masalah	8
1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	9
1.4.1. Aspek Teoritis	9
1.4.2. Aspek Praktis	9
1.5. Sistematika Penulisan	10

**BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN
DAN HIPOTESIS**

2.1. Kajian Pustaka	12
2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumen	12
2.1.2. Pengertian Pengetahuan Konsumen	20
2.1.3. Psikografik Perilaku Konsumen	24
2.1.4. Strategi Pemasaran dan Perilaku Konsumen	33
2.2 Kerangka Pemikiran	39

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	40
3.2 Metode Penelitian	40
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	40
3.2.2 Populasi	45
3.2.3 Metode Penarikan Sampel	46
3.2.4 Jenis Data	46
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	48
3.2.6 Jenis Penelitian	48
3.2.7 Metode Analisis	49
3.2.8 Jadwal Penelitian	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.1. Struktur Organisasi Perusahaan	53

4.1.2. Majalah Lisa	54
4.2. Profil Pembaca Majalah Lisa Berdasarkan Psikografik	67
4.2.1. Berdasarkan Demografik	67
4.2.2. Berdasarkan Psikografik	70
4.2.3. Berdasarkan Psikografik dari Keseluruhan Responden Pembaca Majalah Lisa	88
4.3 Pengetahuan Pembaca Atas Majalah Lisa	91
4.3.1 Pengetahuan Produk	92
4.3.2 Pengetahuan Pembelian	92
4.3.3 Pengetahuan Pemakaian	92
4.4 Perbaikan kualitas Majalah Lisa sesuai Psikografik pembacanya	96
4.4.1 Kualitas Isi Majalah Lisa Saat Ini	96
4.4.2 Kualitas Majalah Lisa Berdasarkan Segmen Psikografik	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pembagian Segmen Majalah Wanita di Indonesia

Berdasarkan Harga Majalah 4

Tabel 1.2 Pembagian segmen Majalah Wanita di Indonesia

Berdasarkan Jumlah Exemplar 4

Tabel 1.3 Pembagian Segmen Majalah Wanita di Indonesia

Berdasarkan Usia Pembaca 5

Tabel 2.1 Contoh Dimensi Gaya Hidup (AIO) Pada Pengukuran Psikografik 26

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian 50

Tabel 4.1 Segmen Dan Nama Majalah 52

Tabel 4.2 Kualitas Isi Majalah Lisa 97

Tabel 4.3 Perbandingan rubrik Majalah yang dibaca selain Majalah Lisa 105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Prilaku Konsumen	15
Gambar 2.2	Model Prilaku Konsumen	19
Gambar 2.3	Hubungan Antara Prilaku Konsumen dengan Strategi	38
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran	39
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Majalah Lisa	53
Gambar 4.2	Harga Majalah Lisa	54
Gambar 4.3	Jumlah Halaman Majalah Lisa.....	54
Gambar 4.4	Cover Majalah Lisa	56
Gambar 4.5	Rubrik Surat Anda	57
Gambar 4.6	Rubrik Cerita Sampul	57
Gambar 4.7	Rubrik Suami Istri : Poligami	58
Gambar 4.8	Rubrik Karir : Profil Profesional	58
Gambar 4.9	Rubrik Kecantikan	59
Gambar 4.10	Rubrik Kecantikan : Bugar	59
Gambar 4.11	Rubrik Mode : Busana	60
Gambar 4.12	Rubrik Mode : Aksesoris	60
Gambar 4.13	Rubrik Kesehatan : Solusi	61
Gambar 4.14	Rubrik Interior : Ide	61
Gambar 4.15	Rubrik Boga : Utama	62

Gambar 4.16 Rubrik Parenting : Profil	62
Gambar 4.17 Rubrik Dunia Hiburan dan Album	63
Gambar 4.18 Rubrik Terawang dan Fengshui	63
Gambar 4.19 Rubrik Solusi Lisa	64
Gambar 4.20 Rubrik Bintang Anda	64
Gambar 4.21 Demografik	69
Gambar 4.22 Psikografik Keuangan	71
Gambar 4.23 Psikografik Mode dan Penampilan	73
Gambar 4.24 Psikografik Kecantikan	75
Gambar 4.24 Psikografik Kecantikan (Lanjutan)	76
Gambar 4.24 Psikografik Kecantikan (Lanjutan)	77
Gambar 4.24 Psikografik Kecantikan (Lanjutan)	78
Gambar 4.24 Psikografik Kecantikan (Lanjutan)	79
Gambar 4.25 Psikografik Kesehatan	81
Gambar 4.26 Psikografik Pola Makan dan Masak	83
Gambar 4.26 Psikografik Pola Makan dan Masak (Lanjutan)	84
Gambar 4.26 Psikografik Pola Makan dan Masak (Lanjutan)	85
Gambar 4.26 Psikografik Pola Makan dan Masak (Lanjutan)	86
Gambar 4.26 Psikografik Pola Makan dan Masak (Lanjutan)	87
Gambar 4.27 Psikografik Hiburan	89

Gambar 4.28 Psikografik Rumah dan Kendaraan	90
Gambar 4.29 Pengetahuan Pembaca Tentang Majalah Lisa	94
Gambar 4.29 Pengetahuan Pembaca Tentang Majalah Lisa (Lanjutan)	95



DAFTAR PUSTAKA

- Engel, J. F., Blackwell, R. D., Miniard, P.W. 1990. *Consumer Behavior*. 6th Edition. Orlando, Florida: The Dryden Press.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., Miniard, P.W. 1993. *Consumer Behavior*. 7th Edition. Orlando, Florida: The Dryden Press.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., Miniard, P.W. 1995. *Consumer Behavior*. 8th Edition. Forth Worth, Texas: The Dryden Press.
- Hawkins, Del I., Roger J., Best dan Kenneth A., Coney. 1998. *Consumer Behavior*. USA: Irwin-McGraw-Hill.
- Kotler, Philip. 1991. *Marketing Management*. USA: Prentice Hall.
- Malhotra, Naresa K. 2005. edisi keempat. *Pendekatan Terapan Riset Pemasaran*. Penerbit PT. INDEKS Kelompok Gramedia
- Mowen dan Minor. 1998, 1999.
- Mowen, J. C., & Minor, M. 1999. *Consumer Behavior*. 5th Edition. New Jersey:Prentice Hall.
- Peter, J. P., Olson, J.C. 1999. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. 3rd Edition. Homewood, IL: Irwin.
- Prasetijo, Ristiyanti, dan Ihalauw, John J.O.I.. 2005. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Andhi.
- Schiffman dan Kanuk. 1994, 1997.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L.L. 2000. *Consumer Behavior*. 7th Edition. New Jersey:Prentice Hall.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L.L. 1994. *Consumer Behavior*. 5th Edition. New Jersey:Prentice Hall.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L.L. 1997. *Consumer Behavior*. 6th Edition. New Jersey:Prentice Hall.

Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.

Solomon, M. R. 1999. *Consumer Behavior: Buying, having, and Being*. 4th Edition. New Jersey 07548: Prentice Hall.

Sumarwan, Ujang. 2002. *Teori dan penerapannya dalam pemasaran. Perilaku Konsumen*. Penerbit Ghalia Indonesia.

Winardi. 1991. *Pemasaran dan Perilaku Konsumen*.



DAFTAR LAMPIRAN

Materi Angket Profil Pembaca Majalah Lisa 2006

Hasil Angket Profil Pembaca Majalah Lisa 2006



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



YOICE CLARISSA, SE

Lahir di Cirebon, 12 Oktober 1973 dari pasangan H. Drs. Nafis Thalib dan Hj. Ineke Aziz Chan.



Pendidikan: Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Trisakti Jakarta pada tahun 1998, menyelesaikan studi tingkat atasnya di SMA Don Bosco II Jakarta Timur tahun 1992, studi tingkat pertamanya diselesaikan pada tahun 1989 di SMP 77 Jakarta Pusat, dan menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di SD 3 Pertamina Balikpapan Kalimantan Timur tahun 1986.

Pekerjaan: Account Executive majalah Lisa (PT.PINPOINT GROUP), sebagai Account Executive majalah Perkawinan (PT.PINPOINT GROUP). PT. Pilihan Prima Utama Dealer PT. Astra Graphia sebagai Account Executive. PT. Astra Graphia sebagai Support Marketing.