



**ANALISIS ATRIBUT PRODUK DAN STRATEGI  
PROMOSI PROGRAM TERHADAP CITRA STASIUN  
TELEVISI (STUDI KASUS PROGRAM MASTER  
CHEF INDONESIA DI RAJAWALI CITRA TELEVISI  
INDONESIA)**

**KARYA AKHIR**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Oleh :  
**LENI MERYANTI**

**55110110015**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
2012**



**ANALISIS ATRIBUT PRODUK DAN STRATEGI  
PROMOSI PROGRAM TERHADAP CITRA STASIUN  
TELEVISI (STUDI KASUS PROGRAM MASTER  
CHEF INDONESIA DI RAJAWALI CITRA TELEVISI  
INDONESIA)**

**KARYA AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan  
Program Pascasarjana Program Magister Manajemen**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Oleh :

**LENI MERYANTI**

**55110110015**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**2012**

## PENGESAHAN

Judul : Analisis Atribut Produk dan Strategi Promosi Program Terhadap Citra Stasiun Televisi (Studi Kasus Program Master Chef Indonesia di Rajawali Citra Televisi Indonesia)

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Leni Meryanti

NIM : 55110110015

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2012

Mengesahkan

Ketua Program Studi  
Magister Manajemen

Direktur Pasca Sarjana



( Dr. Rina Astini, SE, ME )



( Prof. Dr. Didik J. Rachbini )

Pembimbing Utama



( Dr. Rina Astini, SE, ME )

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Analisis Atribut Produk dan Strategi Promosi Program Terhadap Citra Stasiun Televisi (Studi Kasus Program Master Chef Indonesia di Rajawali Citra Televisi Indonesia)**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Leni Meryanti

NIM : 55110110015

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2012

Merupakan hasil penelitian lapangan, studi pustaka, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi 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 pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Agustus 2012

  
METERAI  
TEMPEL  
PADA PEMANGKUP BANGSA  
55A1EABF137779434  
6000  
DJP

Leni Meryanti

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena hanya dengan rahmatNya tugas akhir ini dengan judul “**Analisis Atribut Produk dan Strategi Promosi Program Terhadap Citra Stasiun Televisi (Studi Kasus Program Master Chef Indonesia di Rajawali Citra Televisi Indonesia)**” ini dapat disusun.

Tugas akhir ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana Program Magister Manajemen, Universitas Mercu Buana, Jurusan Manajemen Pemasaran.

Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Rina Astini, SE, ME, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen dan Dosen Pembimbing Utama.
2. Bapak Drs. Wawan Purwanto, SE, MM, selaku Sekretaris Program Magister Manajemen dan Ketua Ujian Sidang.
3. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, MBA, Ph.D., selaku Dosen Penguji.
4. Bapak / Ibu dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, yang telah membekali penulis dengan berbagai disiplin ilmu.
5. Staf dan karyawan Universitas Mercu Buana, yang telah membantu selama studi.

6. PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia, yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan karya akhir ini.
7. Keluarga tercinta, khususnya suami dan anak-anakku, yang tiada henti memberikan dorongan dan dukungan kepada penulis.
8. Seluruh rekan-rekan kelas A kampus Meruya dan rekan-rekan angkatan 16 lainnya yang telah memberikan semangat, dorongan moral dan spiritual selama pengerjaan karya akhir ini.

Semoga amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan yang setimpal dari Allah SWT.

Sebagai penutup, penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam karya akhir ini. Saran dan kritik membangun senantiasa penulis nantikan guna penyempurnaan karya akhir ini selanjutnya.

Semoga karya akhir ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, Agustus 2012

Penulis

**Leni Meryanti**

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL .....	i
ABSTRACT .....	ii
ABSTRAK .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	6
1.3. Perumusan Masalah .....	7
1.4. Tujuan Penelitian .....	7
1.5. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II : DESKRIPSI PERUSAHAAN RCTI .....	9
2.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	9
2.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	10
2.3. Struktur Organisasi .....	11
2.4. Proses Bisnis .....	15
2.5. Kegiatan Usaha .....	19

BAB III : KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS .....	22
3.1. Kajian Pustaka .....	22
3.1.1. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	22
3.1.2. Strategi Promosi .....	30
3.1.3. Merek .....	38
3.1.4. Citra Merek .....	39
3.2. Rerangka Pemikiran .....	46
3.2.1. Penelitian Terdahulu .....	47
3.2.2. Model Penelitian .....	51
3.3. Hipotesis .....	52
BAB IV : METODOLOGI PENELITIAN .....	53
4.1. Lokasi Penelitian .....	53
4.2. Metode Penelitian .....	53
4.3. Metode Pengumpulan Data .....	53
4.4. Populasi, Sampel dan Metode Penarikan Sampel .....	56
4.5. Penggunaan dan Pengukuran Skala .....	58
4.6. Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	59
4.7. Metode Analisis .....	64
4.8. Pre – Test .....	71
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	80
5.1. Karakteristik Responden .....	80
5.2. Analisis Variabel Penelitian .....	83



5.3. Uji Asumsi Klasik .....	91
5.4. Analisis Regresi .....	94
5.5. Koefisien Determinasi .....	100
5.7. Pengujian Hipotesis .....	100
5.8. Uji Korelasi Dimensi .....	102
5.9. Pembahasan .....	105
<b>BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>107</b>
6.1. Kesimpulan .....	107
6.2. Saran .....	108
DAFTAR PUSTAKA .....	x
KUESIONER PENELITIAN .....	xi
LAMPIRAN – LAMPIRAN .....	xii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	xiii



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Top Sinetron 2011 .....	3
Tabel 1.2. Top 10 Program Entertainment 2011 .....	3
Tabel 1.3. Rating dan Share Master Chef Indonesia 2011 .....	5
Tabel 3.1. Penelitian Terdahulu .....	48
Tabel 4.1. Indikator Pertanyaan .....	60
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Pre-Test Atribut Produk .....	72
Tabel 4.3. Hasil Uji Reabilitas Pre-Test Atribut Produk .....	74
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Pre-Test Strategi Promosi .....	74
Tabel 4.5. Hasil Uji Reabilitas Pre-Test Strategi Promosi .....	76
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Pre-Test Citra Merek .....	76
Tabel 4.9. Hasil Uji Reabilitas Pre-Test Citra Merek .....	79
Tabel 5.1. Karakteristik Responden .....	82
Tabel 5.2. Tanggapan Responden Mengenai Indikator Atribut Produk .....	84
Tabel 5.3. Tanggapan Responden Mengenai Indikator Strategi Promosi .....	86
Tabel 5.4. Tanggapan Responden Mengenai Indikator Citra Merek .....	89
Tabel 5.5. Hasil Uji Normalitas Penelitian .....	91
Tabel 5.6. Hasil Uji Multikolinieritas Penelitian .....	93
Tabel 5.7. Hasil Uji Autokorelasi Penelitian .....	94
Tabel 5.8. Data-data Penelitian .....	96
Tabel 5.9. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Atribut Produk .....	97
Tabel 5.10. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Strategi Promosi .....	98

Tabel 5.11. Hasil Uji Regresi Berganda Penelitian .....	99
Tabel 5.12. Kontribusi Variabel Penelitian .....	102
Tabel 5.13. Hasil Uji Korelasi Dimensi Penelitian .....	103



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Struktur Organisasi Divisi Programming .....	13
Gambar 2.2. Proses Kerja Divisi Programming .....	17
Gambar 2.3. Proses Bisnis RCTI .....	17
Gambar 3.1. Empat Komponen P Dalam Bauran Pemasaran .....	23
Gambar 3.2. Lima Tingkat Produk .....	25
Gambar 3.3. Model Hirarki Tanggapan .....	31
Gambar 3.4. Rerangka Pemikiran .....	46
Gambar 3.5. Model Penelitian .....	51
Gambar 5.1. Grafik Uji Normalitas P-P Plot .....	92
Gambar 5.2. Grafik Histogram Data Penelitian .....	93



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA