

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Marco Rumahorbo
NIM : 03103-141
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **“Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Koran
Seputar Indonesia”.**
Tanggal Ujian Skripsi :

Disahkan Oleh :

Pembimbing

(Daru Asih, SE. Msi)

Tanggal:

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Jurusan Manajemen,

(Hadri Mulya, SE. Msi)

Tanggal :

(Tafiprios, SE. MM)

Tanggal :

KATA PENGANTAR

Syallom,

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas karunia dan penyertaannya sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini hingga selesai. Skripsi ini disusun dengan judul **“Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Koran Seputar Indonesia”**.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak-banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dan memberikan sumbangan pikiran, pendidikan, bimbingan, dukungan, dan doa yang memicu semangat kepada penulis selama penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

Untuk itu secara khusus perkenankanlah penulis dengan tulus dan berbangga hati menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Keluarga penulis yaitu Bapak dan Mama yang telah berjuang untuk penulis dalam segala hal termasuk pendidikan dan doanya serta kedua adikku Christina dan Nitria yang tersayang yang telah memberikan semangat dan dorongan moril dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya sangat sayang kalian.
2. Bapak H. Probosutedjo selaku pimpinan Yayasan Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Bapak DR. Ir. Suharyadi, M.S, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Drs. Hadri Mulya, M.Si, selaku Dekan Fakultas Universitas Mercu Buana, Jakarta.

5. Bapak Tafiprios, SE. MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
6. Ibu Daru Asih, SE. Msi, selaku pembimbing materi yang dengan sepenuh hati dan kesediaannya meluangkan waktu, perhatian, dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam pelaksanaan hingga penyelesaian penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Staff Dosen Pengajar Universitas Mercu Buana yang telah mendidik dan membimbing penulis selama perkuliahan.
8. Seluruh Pimpinan dan Staff Karyawan Perpustakaan Universitas Mercu Buana, Jakarta (Pak Nandi dan Bu Ria) yang telah banyak membantu penulis dengan dukungan moril dan semangat yang bermanfaat bagi penulis.
9. Kepada Pacarku Lasmaria Martha TT, terima kasih atas dorongan semangat, perhatian dan doanya kepada penulis yang tidak pernah berhenti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, aku sayang kamu.
10. Sahabat-sahabatku 2003, Ayuni, Ayu Bondink, Lia, Galih dan Mario. Terima kasih atas bantuan dan dukungannya, kalian sangat berarti, semoga persahabatan kita akan terjalin selamanya, Amin.
11. Sahabat-sahabat terbaikku di UKM PMK, Yanuri, Eva, Kak Thia, Kak Ria, Kak Marly, Kak Silvi, Tomy, Desi, Hendy, Ruth, Liliyanti, Lay-Lay, Sarah, Ucok, Halasan, dan adek-adekku Tim Hore, dll. *Thanks for your love, smile, advice, spirit and pray.* Tuhan Memberkati.
12. Teman-Teman Naposo Bulung HKBP Ciledug atas doa dan dukungan dari kalian, Tuhan Memberkati.

13. Kendaraan penulis, motor Karisma B 6387 CAQ (Eks) dan Supra Fit B 6841 CGP yang selalu menemani saya selama ini dalam skripsi dan keseharian saya.

Di dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih jauh dari sempurna baik materi maupun teknik penulisannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak untuk bahan masukan bagi penulis 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.

Jakarta, Juli 2007

Penulis,

(Marco Rumahorbo)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORITIS	
A. Pengertian Pemasaran	6
B. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
C. Pengertian Bauran Pemasaran	9
D. Persepsi Konsumen	
1. Pengertian Persepsi Konsumen	11
2. Proses Persepsi.....	14
3. Stimuli Pemasaran dan Persepsi Konsumen.....	17

4. Karakteristik Stimulus yang Mempengaruhi Persepsi.....	18
E. Pengertian Kualitas.....	21
F. Pengertian Kepuasan.....	28
G. Proses Pembelian Konsumen.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	
1. Lokasi Penelitian	33
2. Sejarah Singkat Perusahaan.....	33
3. Latar Belakang Penerbitan Koran Seputar Indonesia.....	33
4. Target Pembaca.....	35
5. Harga Koran Seputar Indonesia.....	35
6. Wilayah Distribusi danJumlah Oplah.....	35
B. Metode Penelitian.....	35
C. Sampel Penelitian	36
D. Definisi Operasional Variable dan Pengukurann.....	37
E. Metode Pengumpulan Data.....	38
F. Metode Analisis Data.....	39

BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden	43
B. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Koran Seputar Indonesia.....	...48

C. Diagram Kartesius.....	66
---------------------------	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	75
--------------------	----

B. Saran.....	76
---------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2. 1 Proses Perseptual.....	17
2. 2 Analisis Lima Kesenjangan.....	27
3. 1 Diagram Kartesius.....	40
4. 1 Diagram Kartesius.....	66

DAFTAR TABEL

	Halaman
4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4. 2 Karakteristik Responden Menurut Tingkat Usia	45
4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	46
4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	47
4. 5 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Tampilan <i>Headline</i> Berita yang Menarik.....	48
4. 6 Penilaian Responden Terhadap Tampilan <i>Headline</i> Berita yang Menarik..	48
4. 7 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Informasi dan Isi Berita yang Akurat.....	50
4. 8 Penilaian Responden Terhadap Informasi dan Isi Berita yang Akurat.....	50
4. 9 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Harga yang Terjangkau.....	51
4. 10 Penilaian Responden Terhadap Harga Koran.....	52
4. 11 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Ulasan Berita yang <i>Up to</i> <i>Date</i>	53
4. 12 Penilaian Responden Terhadap Ulasan Berita.....	53
4. 13 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Jumlah Halaman.....	54
4. 14 Penilaian Responden Terhadap Jumlah Halaman.....	55
4. 15 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Jumlah <i>Feature</i> yang Terdapat di Koran.....	56
4. 16 Penilaian Responden Terhadap Jumlah <i>Feature</i>	56

4. 17 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Kemudahan Dalam Memperoleh Koran Seputar Indonesia.....	57
4. 18 Penilaian Responden Terhadap Kemudahan Dalam Memperoleh Koran Seputar Indonesia.....	57
4. 19 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Ketepatan dalam Memperoleh Koran.....	58
4. 20 Penilaian Responden Terhadap Ketepatan dalam Memperoleh Koran Seputar Indonesia	59
4. 21 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Kualitas Kertas Koran.....	60
4. 22 Penilaian Responden Terhadap Kualitas Kertas Koran Seputar Indonesia.....	60
4. 23 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Penampilan Gambar atau Foto Berita yang Berkualitas pada Koran.....	61
4. 24 Penilaian Responden Terhadap Penampilan Gambar atau Foto Berita yang Berkualitas pada Koran Seputar Indonesia.....	62
4. 25 Tingkat Kepentingan (Harapan) Konsumen dan Penilaian Terhadap Kenyataan Kualitas Atribut Koran Seputar Indonesia.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisisioner
2. Hasil Kuisisioner
3. Lembar Bukti Konsultasi Dosen Pembimbing