

Survei	5
Tanggal	19/11/14
No. Reg	1. T13140039
	2. TK/2452/14/091



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**CONSUMER INSIGHT REMAJA PADA
SEATING AREA CONVENIENCE
STORE 7-ELEVEN**



TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
OLEH

Nama : Jusuf Fadilah

Nim : 55211110068

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2014**



LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Jusuf Fadilah
2. NIM : 55211110068
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis
6. Judul : *Consumer Insight Remaja Pada Seating Area
Convenience Store 7-Eleven*

Jakarta, 27 April 2014



Pembimbing Utama



Dr. Prima Mulyasari A. S.Sos., M.Si



LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

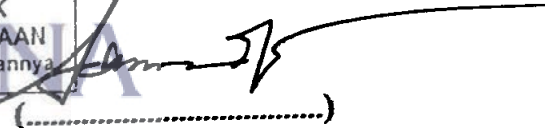
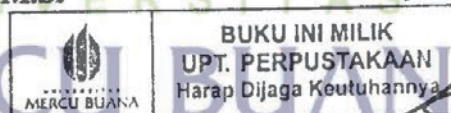
1. Judul : *Consumer Insight Remaja Pada Seating Area Convenience Store 7-Eleven*
2. Nama : Jusuf Fadilah
3. NIM : 55211110068
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis
7. Tanggal : 11 Mei 2014

Jakarta, 11 Mei 2014
Mengetahui,

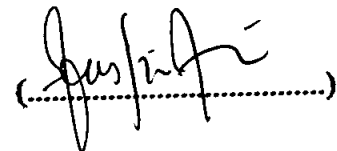
1. Ketua Sidang
Dr. Nur Kholisoh, M.Si



2. Penguji Ahli
Dr. Achmad Jamil, M.Si



3. Pembimbing Utama
Dr. Prima Mulyasari A, S.Sos., M.Si





UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : *Consumer Insight Remaja Pada Seating Area Convenience Store 7-Eleven*
2. Nama : Jusuf Fadilah
3. NIM : 55211110068
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis
7. Tanggal : 11 Mei 2014

Jakarta, 11 Mei 2014
Mengetahui,

1. Ketua Sidang
Dr. Nur Kholisoh, M.Si

2. Penguji Ahli
Dr. Achmad Jamil, M.Si

3. Pembimbing Utama
Dr. Prima Mulyasari A, S.Sos., M.Si



BUKU INI MILIK
UPT. PERPUSTAKAAN
Harap Dijaga Keutuhannya



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

1. Judul : *Consumer Insight Remaja Pada Seating Area Convenience Store 7-Eleven*
2. Nama : Jusuf Fadilah
3. NIM : 55211110068
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis
7. Tanggal : 11 Mei 2014

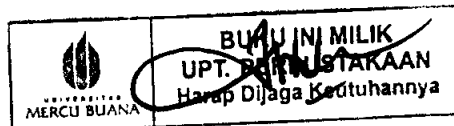
Jakarta, 11 Mei 2014
Disetujui dan disahkan oleh,
Direktur Pasca Sarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

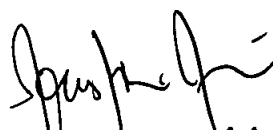
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,
Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Nur Kholisoh, M.Si

Pembimbing Utama



Dr. Prima Mulyasari A. S.Sos., M.Si



PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINILITAS TESIS

PERNYATAAN

Judul : *Consumer Insight Remaja Pada Seating Area Convenience Store 7-Eleven*

Nama : Jusuf Fadilah

NIM : 55211110068

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis

Tanggal : 27 April 2014

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik 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, 27 April 2014

METERAI
TEMPEL
PAJAK PEMERINTAH
Rp 6.000
F856FA0124267770
DJP
Jusuf Fadilah



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah diucapkan kepada Allah SWT karena petunjuk, rahmat, berkah, nikmat dan lindungannya yang diberikan kepada penulis hingga mampu menuntaskan penyusunan tesis sebagai syarat meraih gelar magister dalam disiplin ilmu komunikasi dengan konsentrasinya media industri dan bisnis pada Universitas Mercu Buana Jakarta. Penyusunan tesis yang berjudul "*Consumer Insight Remaja Pada Seating Area Convenience Store 7-Eleven*" tentu tidak akan terwujud tanpa bantuan dari para orang tua, dosen, istri, karib-kerabat serta handai taulan sekalian.

Pada kesempatan inilah penulis ungkapkan terimakasih tersebut kepada:

1. Ibunda Suwarsih serta almarhum ayahanda Sumardi Sjam sebagai orang tua yang telah mendidik serta mencurahkan kasihnya, juga mertuaku Bapak Bachtiar dan Ibu Yani.
2. Istriku tercinta Kiki Amelia Hapsari, yang selalu memberikan semangat dan selalu menemani bimbingan disaat sedang mengandung anak pertama kita.
3. Dr. Prima Mulyasari A, S.Sos., M.Si dengan kesabaran membimbing penulis secara akademis mulai dari awal kata sampai kata terakhir dalam tesis ini.
4. Dr. Nur Kholisoh, M.Si sebagai ketua program studi pascasarjana ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen serta staff dan civitas akademik Universitas Mercu Buana.
6. Convenience Store 7-Eleven sebagai tempat penulis melakukan penelitian dan juga para konsumen remaja yang rela menyisihkan waktunya untuk diwawancarai oleh penulis.
7. Seluruh kawan-kawan pascasarjana komunikasi Universitas Mercu Buana, khususnya teman-teman kelas 712 : Bang Ranto, Pak Adhi, Pak Wid, Bang Apriles, Om Nico, Om Dani, Pak Leo, Mas Gun, Mba Aci, Mba Yanti, Mba Dindin, Mba Mila, dan Mba Tiwie.
8. Rekan sejawat di Bina Sarana Informatika yang telah memberikan bantuan dan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini, khususnya Pak I Ketut Martana, Pak Yudo dan Pak Irwanto yang telah berbagi ilmu dan share tentang konsep-konsep yang baik untuk menyelesaikan penelitian ini.
9. Semua rekan-rekan sekretariat lantai empat di Gedung Tedja Buana Menteng yakni Mas Warso dan rekan-rekan juga CS nya.

Ucapan terimakasih ini juga kepada semua pihak yang telah membantu baik langsung ataupun secara tidak langsung terhadap penyusunan tesis ini yang namanya tidak disebutkan satu persatu. Percayalah dukungan serta bantuan anda semua sangat berarti bagi penyusunan tesis ini. Selain itu tidak lupa shalawat serta salam dipanjatkan pada Junjungan Nabi Besar Muhammad SAW.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disadari banyak kekurangan akan tesis ini, baik pada tatanan teoritis maupun pada tingkat pembahasannya. Namun demikian akan tetap berguna bagi studi perintis selanjutnya terhadap tema-tema sejenis.

Besar harapan secara khusus semoga tesis ini berguna bagi yang ingin mengetahui *consumer insight* remaja pada sebuah *seating area* khususnya *convenience store* 7-Eleven dan bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi pada umumnya.

Jakarta, 27 April 2014

Jusuf Fadilah



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

Universitas Mercu Buana	Logo Universitas Mercu Buana
Jl. Raya Pajadene No. 100, Pajadene, Kecamatan Pajadene, Kabupaten Tangerang, Banten 15131	
Telp. (021) 8911 8888	

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan Sidang Tesis	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Tesis	iv
Lembar Pengesahan Tesis	v
Abstract	vi
Abstraksi	vii
Lembar Pernyataan Keaslian / Orisinalitas	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiv
Daftar Diagram	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	4
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.3.1. Maksud	5
1.3.2. Tujuan	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Teoritis	6
1.4.2. Praktis	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Pustaka	7
2.1.1. Consumer Insight	18
2.1.2. Definisi Motif	19



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

2.1.3. Perilaku Konsumen.....	20
2.1.4. Definisi Remaja	25
2.1.5. Convenience Store	29
2.1.6. Seating Area.....	30
2.1.7. Nongkrong	30
2.1.8. Teori Hierarki Kebutuhan.....	32
2.1.9. Konsep Diri.....	35
2.2. Kerangka Pemikiran.....	41

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	43
3.2. Paradigma Penelitian.....	43
3.3. Metode Penelitian.....	44
3.4. Definisi Konsep.....	46
3.5. Key Informan	49
3.6. Unit Analisis.....	49
3.7. Tehnik Pengumpulan Data	
3.7.1. Data Primer.....	49
3.7.2. Data Sekunder.....	50
3.8. Tehnik Analisis Data.....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	
4.1.1. Sejarah Pendirian 7-Eleven	53
4.1.2. Sejarah 7-Eleven di Indonesia	54
4.2. Hasil Penelitian	
4.2.1. Penyajian Data Penelitian.....	57
4.2.2. Pengolahan Terhadap Data Yang Terkumpul	58
4.3. Pembahasan	
4.3.1. Alasan Konsumen Remaja Nongkrong di Convenience Store 7-Eleven	70



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

4.3.2. Motif Konsumen Remaja Nongkrong di <i>Convenience Store</i> 7-Eleven	73
4.3.3. Citra Konsumen Remaja Nongkrong di <i>Convenience Store</i> 7-Eleven	76
4.3.4. Keinginan Konsumen Remaja Nongkrong di <i>Convenience Store</i> 7-Eleven	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	95
5.2. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	103
BIODATA PENELITI	141

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel II.1. Kajian Pustaka	11
Tabel IV.1. Tabel Kategori Konsumen Remaja 7-Eleven	88





DAFTAR DIAGRAM

Diagram II.1. Alur Kerangka Pikir	42
Diagram IV.1. Bagan tentang alasan konsumen remaja nongkrong di <i>Convenience Store</i> 7-Eleven.....	72
Diagram IV.2. Bagan tentang motif konsumen remaja nongkrong di <i>Convenience Store</i> 7-Eleven.....	75
Diagram IV.3. Bagan tentang citra konsumen remaja nongkrong di <i>Convenience Store</i> 7-Eleven.....	78
Diagram IV.4. Bagan tentang keinginan konsumen remaja nongkrong di <i>Convenience Store</i> 7-Eleven.....	81



