



PENGARUH ISI BERITA, HARGA, TAMPILAN DAN KEMUDAHAN MEMPEROLEH TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SURAT KABAR

(Studi kasus pada konsumen surat kabar di Kelurahan Selaman Moyo
Kecamatan Semarang Barat)


SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Disusun Oleh :

NAMA : M.WAHYU NOVITA.C
NIM : 97.30.3112
NIRM : 97.6.111.02016.50120
JURUSAN : MANAJEMEN

	PERPUSTAKAAN	
	No. INV.	1312 / EM / S / C
	Th. Angg.	Cat :
PARAP.	Cip TGL. 08.03.02.	

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Tuhan bersabda, " Sungguh Aku berkata kepadamu apapun yang kamu minta dalam doa akan diberikan kepadamu, bila kamu percaya ".

(Markus 11 : 23 - 24)

" Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur ". *(Filipi 4 : 6)*

" Banyaklah rancangan di hati manusia tetapi keputusan Tuhanlah yang terlaksana ". *(Amsal 19 : 21)*

" Marilah kita berpegang pada pengakuan tentang pengharapan kita sebab Ia yang menjanjikannya setia ". *(Ibrani 10 : 23)*

" Berjanjilah pada dirimu sendiri bahwa kamu harus berhasil mencapai kesuksesan maka akan tercapailah segala yang dicita - citakan asal kita percaya akan mukjizat Tuhan dan jangan lupa berpasrah diri hanya kepada Tuhan kita Yesus Kristus ".

Karya sederhana ini kupersembahkan :

- ~ Yesus Christ* atas kemurahan hati - NYA
- ~ Untuk* mama, papa, kakakku serta keponakanku yang lucu *Ayu* yang tercinta dan terkasih.
- ~ Sobat - sobatku* semua yang telah dengan sabar mendengar keluh kesahku selama ini.

Thank ' s

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : M.Wahyu Novita.C

NIM : 97.30.3112

NIRM : 97.6.111.02016.50120

Fakultas : Ekonomi

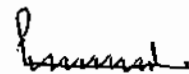
Jurusan : Manajemen

Judul : PENGARUH ISI BERITA, HARGA, TAMPILAN DAN
KEMUDAHAN MEMPEROLEH TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI SURAT KABAR

(Studi kasus pada konsumen surat kabar di Kelurahan Salaman
Mloyo Kecamatan Semarang Barat)

Disetujui di Semarang, 21 Desember 2001

Pembimbing Utama



(Drs. H.Daryono Rahardjo, MM)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : PENGARUH ISI BERITA, HARGA, TAMPILAN DAN KEMUDAHAN
MEMPEROLEH TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
MEMBELI SURAT KABAR

(Studi kasus pada konsumen surat kabar di Kelurahan Salaman Mloyo
Kecamatan Semarang Barat)

Disusun Oleh :

Nama : M.Wahyu Novita. C

NIM : 97.30.3112

NIRM : 97.6.111.02016.50120

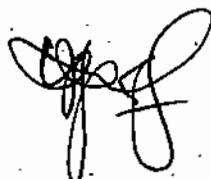
Telah diuji dan dipertahankan dihadapan dewan penguji dalam sidang yang
diselenggarakan pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 13 Maret 2002

Semarang, Maret 2002

Dekan Fakultas Ekonomi



(Vincent Didiek W.A, Ph.D)

Koordinator Penguji



(Ben Karno B.P., SE, MM)

ABSTRAK

Memasuki era globalisasi dengan ciri perkembangan teknologi komunikasi berdampak pada meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi. Masyarakat perlu mengikuti peristiwa – peristiwa yang terjadi dilingkungan sekitar baik yang menyangkut bidang ekonomi, politik, sosial budaya, olah raga serta berbagai bidang lainnya. Salah satu media yang efektif adalah melalui surat kabar. Karena surat kabar tidak lagi hanya sebagai salah satu sumber berita utama bagi masyarakat juga menjadi kekuatan pembentuk pendapat umum dan alat pendidikan.

Maraknya dunia penerbitan surat kabar menjadi peluang bisnis bagi para pengusaha dalam menerbitkan suatu media informasi. Persaingan yang terjadi menuntut pihak perusahaan untuk semakin jeli dalam melihat pangsa pasar yang akan dimasukinya. Masing – masing perusahaan penerbitan surat kabar berlomba untuk menonjolkan keunggulan produknya baik secara fisik maupun materi berita yang lebih berkualitas. Untuk itu perusahaan penerbitan surat kabar perlu mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli surat kabar diantaranya isi berita, harga, tampilan dan kemudahan memperoleh.

Permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor isi berita, harga, tampilan dan kemudahan memperoleh secara parsial dan simultan dengan keputusan konsumen dalam pembelian surat kabar.

Sedangkan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor isi berita, harga, tampilan dan kemudahan memperoleh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan konsumen dalam membeli surat kabar.

Manfaat penelitian ini adalah *bagi pihak penerbitan*, hasil penelitian ini sebagai bahan masukan dalam mengambil keputusan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat / *bagi pembaca*, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan pada saat akan mengambil keputusan untuk membeli surat kabar / *bagi pihak – pihak lain*, sebagai suatu informasi untuk meningkatkan pengetahuan dan alat perbandingan pada penelitian selanjutnya.

Dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan adalah terdapat pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun simultan antara faktor isi berita, harga, tampilan dan kemudahan memperoleh dengan keputusan konsumen dalam membeli surat kabar.

Populasi dalam penelitian ini adalah kepala keluarga yang bertempat tinggal di wilayah Kelurahan Salaman Mloyo berjumlah 1061 KK. Sedangkan yang menjadi sampel adalah sebagian dari kepala keluarga yang telah dihitung menggunakan rumus proporsi populasi yang berjumlah 95 responden. Dan teknik pengambilan sampelnya dengan teknik random sampling memakai undian agar setiap anggota sampel mempunyai peluang yang sama untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner untuk diisi oleh responden sehingga didapatkan hasil berupa skor dan diukur menggunakan skala pengukuran yaitu skala likert. Yang kemudian dilakukan pengujian melalui validitas dan reliabilitas menggunakan rumus *korelasi product moment* dan

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Pengasih karena atas kasih dan karunianya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya. Penyusunan skripsi ini mengambil judul : “ PENGARUH ISI BERITA, HARGA, TAMPILAN DAN KEMUDAHAN MEMPEROLEH TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SURAT KABAR “.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat menyelesaikan program Sarjana Ekonomi Strata I (S1) pada Universitas Katholik Soegijapranata Semarang.

Dalam menulis skripsi ini peneliti banyak sekali mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Sehubungan dengan hal tersebut maka peneliti pada kesempatan ini mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Vincent Didiek W.A, Ph.d selaku dekan pada fakultas ekonomi Universitas Katholik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Drs.H.Daryono Rahardjo, MM sebagai dosen pembimbing utama yang dengan penuh kesabaran dan ketelatenan bersedia meluangkan waktunya di sela – sela kesibukannya untuk membimbing serta memberikan saran – saran yang sangat berguna sampai terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Para dosen terutama Ibu. Posmaria Sitohang, MSI serta staff pengajaran fakultas ekonomi Universitas Katholik Soegijapranata Semarang (*Mas Heru, Mas Juang, Mbak Anik*) yang telah membantu penyediaan segala sesuatu yang dibutuhkan peneliti selama belajar di fakultas ekonomi jurusan manajemen.
4. Bapak Kepala Kelurahan beserta staff kantor Kelurahan Salaman Mloyo Kecamatan Semarang Barat yang telah membantu penyediaan data – data yang dibutuhkan

dalam penyusunan skripsi ini serta memberikan izin untuk menyebarkan angket pertanyaan pada warga yang bertempat tinggal di wilayah kelurahan tersebut.

5. Para staff perpustakaan pada Universitas Katholik Soegijapranata Semarang yang telah membantu penyediaan buku – buku literatur yang dibutuhkan demi kelancaran penulisan skripsi.
6. Mamah, Papah, Almh. *Eyang Sragen* dan kakakku (*Mbak Aniek*) serta si kecil *Ayu* yang terkasih yang telah memberikan semangat, dorongan, doa serta kasih sayangnya yang selalu menyertai selama penyusunan skripsi ini.
7. Sobat – sobatku terkasih Lina, Fatma (*udah ditungguin ujian ampe pengumuman...*) Mita, Devy, Windra, Indri, Atik.PP (*atas curhatnya selama ini*), Dian .P, Evi, Nila, Ribka, Susi, Erna, Irma, Umi (*makasih saran dan bantuan SPSSnya*), Fredi, Jayus, Dani item (*makasih SMSnya ya...*), Mas Hari (*atas perhatian dan telfonnya makasih ya...*) serta tak lupa temen – temenku tim KKN periode II (*KD I'M lho ...*).
8. Civitas gereja atas kebersamaan dalam misa pagi yang menyejukkan hati dan doa novena 3 X Salam Maria
9. Temen – temen angkatan 97 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu atas kerjasama dan dukungannya selama bersama – sama menempuh studi di fakultas ekonomi jurusan manajemen.

Peneliti menyadari bahwa *tiada gading yang tak retak* sehingga masih terdapat kekurangan – kekurangan. Oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca.

Akhir kata peneliti mengharapkan agar skripsi yang tersusun ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak – pihak yang memerlukan.

Semarang, Januari 2002
Peneliti

M.Wahyu Novita .C

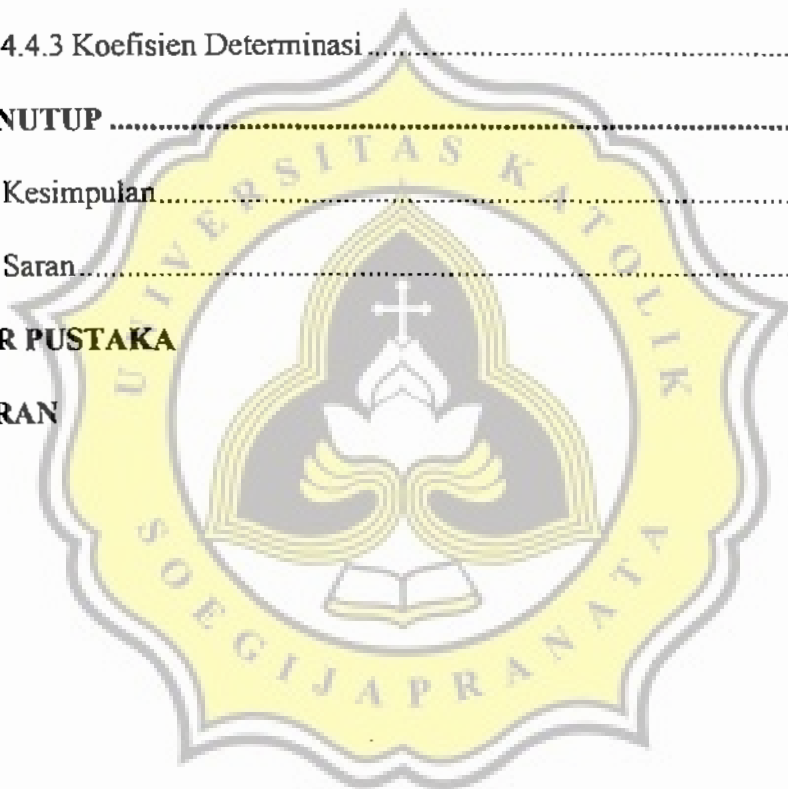
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
I. PENDAHULUAN.....	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	
2.1 Landasan Teori.....	9

2.1.1 Definisi Pemasaran.....	9
2.1.2 Definisi Perilaku Konsumen.....	10
2.1.3 Faktor – Faktor Utama Yang Mempengaruhi	
Perilaku Konsumen	11
2.1.4 Motif – Motif Dalam Pembelian Konsumen.....	14
2.1.5 Struktur Keputusan Membeli	15
2.1.6 Situasi Pembelian	17
2.1.7 Tahap – Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian.....	18
2.1.8 Isi Berita	20
2.1.9 Harga	22
2.1.10 Tampilan.....	23
2.1.11 Kemudahan Memperoleh	24
2.2 Kerangka Pikir Penelitian.....	25
2.3 Hipotesis	26
2.4 Definisi Operasional.....	27
III. METODE PENELITIAN.....	
3.1 Obyek / Lokasi Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel.....	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Jenis Data.....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data	33

3.5 Skala Pengukuran	34
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	35
3.6.1 Uji Validitas.....	35
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3.7.2 Pengujian Hipotesis.....	41
3.7.3 Koefisien Determinasi.....	44
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	
4.1 Gambaran Umum dan Daerah Penelitian.....	46
4.1.1 Letak dan Luas Daerah Penelitian.....	46
4.1.2 Penduduk Menurut Kelompok Umur.....	46
4.1.3 Penduduk Menurut Kelompok Tingkat Pendidikan.....	48
4.1.4 Penduduk Menurut Mata Pencaharian.....	49
4.2 Gambaran Umum Responden.....	50
4.2.1 Usia dan Jenis Kelamin Responden.....	50
4.2.2 Tingkat Pendidikan dan Pekerjaan Responden.....	52
4.2.3 Tingkat Penghasilan dan Pengeluaran Responden.....	53
4.3 Hasil Penelitian.....	55
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Isi Berita.....	55
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	56
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Tampilan.....	58

4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan.....	
Memperoleh.....	60
4.3.5 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.4 Analisis Data	63
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
4.4.2 Pengujian Hipotesis	64
4.4.3 Koefisien Determinasi	68
V. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

- Tabel 3.1 : Uji Validitas
- Tabel 3.2 : Uji Reliabilitas
- Tabel 4.1 : Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur
- Tabel 4.2 : Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan
- Tabel 4.3 : Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian
- Tabel 4.4 : Jumlah Responden Menurut Usia dan Jenis Kelamin
- Tabel 4.5 : Jumlah Responden Menurut Tingkat Pendidikan dan Jenis Pekerjaan
- Tabel 4.6 : Jumlah Responden Menurut Tingkat Penghasilan dan Jumlah Pengeluaran
- Tabel 4.7 : Tanggapan Responden Terhadap Isi Berita Surat Kabar Yang Dibeli
- Tabel 4.8 : Tanggapan Responden Terhadap Harga Surat Kabar Yang Dibeli
- Tabel 4.9 : Tanggapan Responden Terhadap Tampilan Surat Kabar Yang Dibeli
- Tabel 4.10 : Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Memperoleh Surat Kabar Yang Dibeli
- Tabel 4.11 : Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar
- Tabel 4.12 : Hasil Perhitungan SPSS

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Tahap – Tahap Dalam Proses Pengambilan Keputusan Untuk Membeli



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Survei Pendahuluan
- Lampiran 2 : Tabel Hasil Survei Pendahuluan
- Lampiran 3 : Kuesioner Survei
- Lampiran 4 : Bobot Jawaban Dari Responden
- Lampiran 5 : Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 : Perhitungan Regresi Linier Berganda
- Lampiran 7 : Perhitungan Asumsi Regresi
- Lampiran 8 : Tabel r Product Moment
- Lampiran 9 : Tabel Durbin Watson
- Lampiran 10 : Data Monografi Kelurahan Salaman Moyo tahun 2001
- Lampiran 11 : Daftar Identitas Responden
- Lampiran 12 : Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 13 : Surat Keterangan Ijin Penelitian dari Kelurahan Salaman Moyo dan BAPPEDA
- Lampiran 14 : Surat Keaslian Skripsi
- Lampiran 15 : Kartu Bimbingan Skripsi