

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PEMASANG  
IKLAN PADA HARIAN PAGI RADAR JEMBER**

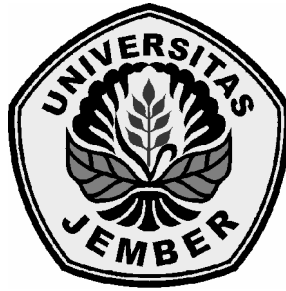
**PROPOSAL SKRIPSI**

**OLEH :**

**NOVITA ARMI PERTIWI**  
**040810201244**

**JURUSAN S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**





**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN  
PEMASANG IKLAN DI HARIAN PAGI RADAR JEMBER**

**SKRIPSI**

Oleh

**NOVITA ARMI PERTIWI**  
**NIM 040810201244**

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI  
2008**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul *Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pemasang Iklan di Harian Pagi Radar Jember* telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Jember pada:

Hari :

Tanggal :

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Tim Penguji

Ketua,

---

NIP.

Anggota I,

Anggota II,

---

NIP.

---

NIP.

Mengesahkan

Dekan,

Prof. Dr. H. Sarwedi, M.M.

NIP. 131 276 658

## PERSETUJUAN

Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN  
PEMASANG IKLAN DI HARIAN PAGI RADAR JEMBER  
Nama Mahasiswa : Novita Armi Pertiwi  
NIM : 040810201244  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

### Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Imam Suroso, SE, M. Si.  
NIP. 131 759 838

Siti Aliyati A. SE.M.Si  
NIP. 132 258 069

Ketua Jurusan

Dra. Diah Yulisetiari, M.Si.  
NIP. 131 624 474

Tanggal Persetujuan : Oktober 2008

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Novita Armi Pertiwi

NIM : 040810201244

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pemasang Iklan di Harian Pagi Radar Jember* adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada intitusi mana pun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Oktober 2008

Yang menyatakan,

Novita Armi Pertiwi  
NIM 040810201244

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. ALLAH dan RasulNya Muhammad, I Love YOU so much....
2. Palestina dan para pejuangnya, hanya doa untukmu yang dapat aku panjatkan.  
Selamat berjuang, janji Allah itu pasti. Allahuakbar....!!!!
3. Orangtuaku tercinta :  
Pahlawanku Ayahanda Bambang Hariyanto dan Ibunda Sumiyati  
Guru besarku Mama Sukini dan papa Pujiono.
4. Pendamping hidupku Didik Supriyanto
5. Saudaraku tersayang :  
Linda Harsanti, Mas Hadi dan bidadari-bidadari kecilnya.  
Yuliana Dwi Hartini, Mas Purwoto dan mujahid-mujahidnya.  
Tekik yang cantik
6. Orang-orang yang aku cintai :  
Alm. Mbah Kung dan Iyang, Alm. Mama Sukini, Budhe dan pak dhe semua.
7. Semua sahabat dan teman yang mengisi hari-hariku

## MOTTO

*“Allah Pemberi Cahaya (kepada) langit dan Bumi. Perumpamaan cahaya Allah adalah seperti sebuah misykat, yang didalamnya ada pelita besar. Pelita itu didalam kaca dan kaca itu seakan-akan bintang yang bercahaya seperti mutiara, yang dinyalakan dengan minyak dari pohon yang banyak buahnya, yaitu pohon zaitun, yang tumbuh tidak disebelah timur dan tidak pula disebelah baratnya yang minyaknya saja hampir-hampir menerangi walau tidak disentuh api. cahaya diatas cahaya. Allah membimbing kepada kepada cahayaNya siapa yang Dia kehendaki dan Allah membuat perumpamaan-perumpamaan bagi manusia, dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu”*

*(Qs. An Nur. 35)*

*“Orang yang sukses adalah orang yang berfikir, bertindak, dan bertanggungjawab”*  
*(Ketum Bastilang 2007-2008)*

*“Hidup untuk Hidup, maka Hidupkan hidup agar Hidup tetap Hidup”*  
*(Te Vik)*

*“Ajining Raga gumantung saka busana, ajining diri gumantung saka kedaling lati”*  
*(Didik Supriyanto)*

*Orang yang memiliki tujuan akan mampu menciptakan kemajuan walaupun melewati jalan yang terjal berduku, tetapi orang yang tidak memiliki tujuan dia tidak akan mampu membuat kemajuan walau melewati jalan yang mulus*  
*(Te Vik)*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor apa yang dipertimbangkan untuk mencapai kepuasan konsumen pemasang iklan. Kemudian dari faktor yang diperoleh dianalisis bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan pemasang iklan dan terakhir dicari faktor yang paling dominan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode sampel dengan jenis purposive random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 23 variabel bauran pemasaran, setelah dilakukan analisis faktor diperoleh 20 variabel layak. Setelah dilakukan rotasi faktor ke 20 variabel tersebut terdistribusidalam 6 faktor. Faktor tersebut kemudian diberi nama antara lain: faktor produk, physical evidence, promosi, people, proses, desain layout. Ke 6 faktor diolah lebih lanjut dalam analisis Regresi linier berganda. Hasil analisis diperoleh bahwa semua faktor yang diolah berpengaruh secara simultan. Pada pengujian parsial yang terbukti berpengaruh secara parsial hanya faktor produk dan desain layout. Faktor dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan pemasang iklan adalah faktor desain layout.

**Kata kunci:** Kepuasan Konsumen, Bauran pemasaran

## RINGKASAN

### **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pemasang Iklan di Harian Pagi Radar Jember, Novita Armi Pertiwi,040810201244, 2008, 98 Halaman**

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, tak terkecuali Harian Pagi Radar Jember. Untuk menciptakan kepuasan konsumen, perusahaan perlu merumuskan strategi pemasaran. Bauran pemasaran sebagai salah satu alat strategi pemasaran telah terbukti berpengaruh dalam menciptakan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mencari faktor-faktor apa saja dari bauran pemasaran yang dipertimbangkan dalam menciptakan kepuasan pemasang iklan. Kemudian tujuan berikutnya menganalisis bagaimana pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kepuasan pemasang iklan. Tujuan akhir dari penelitian ini adalah menentukan faktor dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan pemasang iklan.

Penelitian ini adalah penelitian eksplanasi. Sampel penelitian menggunakan metode purposive random sampling. Kriteria sampel yang digunakan adalah pemasang iklan berbentuk organisasi dan minimal dua kali melakukan pemasangan iklan di Harian Pagi Radar Jember. Jumlah sampel penelitian ini sebesar 100 responden.

Variabel dependen penelitian ini adalah kepuasan pemasang iklan di Harian Pagi Radar Jember. Variable independen terdiri dari 23 variabel. Proses analisis faktor menghasilkan 20 variabel layak yang didistribusikan ke dalam 6 faktor. 6 faktor tersebut antara lain: faktor produk, *physical evidence*, people, proses, promosi dan desain layout. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh bahwa semua faktor berpengaruh secara simultan. Pengujian secara parsial diperoleh hasil bahwa faktor produk dan desain layout saja yang berpengaruh secara parsial dan faktor desain layout yang berpengaruh paling dominan.

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

## PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pemasang Iklan di Harian Pagi Radar Jember*. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Dra. Diah Yulisetiari, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
3. Dr. Imam Suroso, SE, M.Si., yang telah senantiasa meluangkan waktu, pikiran, tenaga, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini serta nasehat berharga yang telah diberikan.
4. Siti Aliyati, SE, M.Si., yang telah membimbing dan mencurahkan perhatian serta kesabaran dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh karyawan perusahaan Harian Pagi Radar Jember, terutama bagian periklanan, terima kasih atas kerjasamanya selama ini.
6. Orang tuaku tercinta, Ayahanda Bambang Hariyanto dan Ibunda Sumiyati yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta pengorbanan selama ini, maaf telah sempat membuat kecewa, sedih, tapi membuat bapak dan ibu selalu bahagia adalah cita-cita terbesarku. I Love U...
7. Alm Mama Sukini, cerita hidup mama memberikan baaanyak pelajaran berharga buatku. Mbak Tri, aku gemes kalau lihat pipimu pengenya gigit aja. Mbak tri dan mas Roni makasih banyak.
8. Kakak dan adikku tersayang, mbak Linda dan Mas Hadi, mbak Yuli dan mas Pur, Te Kik dan Wawan yang telah memberikan motivasi dan memberi warna dihidupku. Ketiga “barby” kecilku Rani, Alya, Mutiara kecil dan dua jagoanku Izzat dan Ihsan

“tidak pernah ada anak yang bodoh dan nakal sayang...”terima kasih atas cerita dan khayalan yang menakjubkan.

9. Suamiku tercinta Mas Dede’ atas pengorbanan, perhatian, dan kesabarannya bersedia menemaniku disaat terhimpit, sedih dan bingung. Maaf kalau aku sering membuatmu tidur sampai larut malam membantu ngedit. Kau adalah anugrah terbesar hidupku...I will always loving you..
10. Pengurus Bastiling, De Irman ‘dahsyat’ Setiawan, Sunaryo “tetep teguh ya akhi, jaga emosi, trus belajar”. Naning dan Nindhi makasih semangat dan senyuman yang selalu tersungging, Lusi “aduh aku kalah nyampe finish nih..”. Sita terima kasih atas kelembutan yang diajarkan padaku secara tidak langsung. Semua pengurus yang tidak bisa kusebut satu persatu makasih banyak.
11. Pengurus KAMMI MITRA makasih da memberi banyak pelajaran dan cerita-cerita berharga, maaf atas segala khilaf. Semangat...Allahuakbar.....!!!!
12. Guru besarku bu Tun, semoga Allah segera memberi kesembuhan dan bisa ngajar ngaji lagi. Bu dhe Kartik “aku melihat bayang bidadari dalam diri budhe”.
13. Keluarga besar mantan “Al-Buruj” maaf atas segala khilaf, makasih teguran, tawa, gila-gilaannya selama ini, Nitnot selamat berjuang menjadi mahasiswa lagi.  
My lovely Dita semangat yo mbak... the show must Go on, terima kasih atas perhatiannya. Allah akan memberi yang terbaik untukmu.  
Irul jangan kepluntir-kepluntir lagi ya..kucing ijonya sudah ku beresin. Met berjuang menegakkan ekonomi syariah. Pon-pon masih rajin mandi malam-malam? Belajar selaras, serasi dan seimbang ya.Cupy dan Cuwik saudagar kerudung, Ummi Rully, abi Munipe, si Bungsu Devi, Nurul makasih tas perhatian dan kasih sayangnya.
14. Keluarga besar Salsabila; Madam moga dapat yang terbaik. Komandan Rahayu Hamzah sinau tok ni ye..jaga lambung ya?Semua yang kenal ma aku makasih banyak ya...
15. Adik-adik angkatku: Priyambodo, makan gak makan asal rame...kita..???  
Dewi Ruci jangan bandel-bandel Bu Bariyah... Devi dan Dian selamat berjuang..!!  
Jack still be maestro jangan lupa doa sebelum tidur,
16. Teman-teman Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Jember angkatan 2004 atas kebersamaan selama ini;

17. Teman-teman “Kelompok Belajar Pak Imam” Ratih, Farid dan Henny. Terima kasih atas bantuan kalian.

*“Tak ada gading yang tak retak”* demikian juga dengan penyusunan skripsi ini. Untuk itu dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun guna kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, Oktober 2008

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
ABSTRAK .....	vii
RINGKASAN.....	viii
PRAKATA .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....	5
2.1 Landasan Teori .....	5
2.1.1 Pemasaran pada Perusahaan Jasa.....	5
2.1.2 Karakteristik Jasa .....	5
2.1.3 Konsep Bauran Pemasaran pada Perusahaan Jasa ..	6
2.1.4 Perilaku Konsumen pada Perusahaan Jasa .....	8
2.1.5 Pengertian Iklan .....	17
2.1.6 Iklan Media Cetak Koran .....	17
2.1.7 Periklanan Media Cetak Koran.....	18

	2.2 Kajian Empiris .....	22
	2.3 Kerangka Konseptual.....	23
	2.4 Hipotesis.....	25
BAB 3.	METODE PENELITIAN.....	26
	3.1 Rancangan Penelitian.....	26
	3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	27
	3.3 Jenis dan Sumber Data.....	28
	3.4 Identifikasi Variabel .....	29
	3.5 Definisi Operasional Variabel .....	30
	3.6 Metode Analisis Data .....	39
	3.6.1 Uji Validitas .....	39
	3.6.2 Uji Reliabilitas .....	40
	3.6.3 Analisis Diskriptif .....	40
	3.6.4 Analisis Faktor.....	41
	3.6.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	42
	3.6.6 Uji Asumsi Klasik.....	44
	3.7 Kerangka Pemecahan Masalah.....	47
BAB 4.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
	4.1 Hasil Penelitian .....	49
	4.1.1 Sejarah Singkat PT Jember Intermedia Pers.....	49
	4.1.2 Tujuan PT Jember Intermedia Pers .....	49
	4.1.3 Daerah Pemasaran.....	50
	4.1.4 Jam Kerja Karyawan .....	51
	4.1.5 Struktur Organisasi PT Jember Intermedia Pers .....	52
	4.1.6 Mekanisme Pemasangan Iklan di Harian Pagi Radar Jember .....	56
	4.1.7 Tarif Iklan di Harian Pagi Radar Jember.....	57
	4.1.8 Karakteristik Responden .....	57
	4.2 Hasil Analisis Data .....	60
	4.2.1 Analisis Data Deskriptif .....	60
	4.2.2 Uji Instrumen .....	69

4.2.3 Analisis Data Inferensial .....	72
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	94
4.3.1 Pengaruh simultan dari faktor produk (f1), faktor <i>Physical Evidence</i> (f2), faktor Promosi (f3), faktor <i>People</i> (f4), faktor proses (f5), faktor desain layout (f6) terhadap kepuasan pemasang iklan di Harian Pagi Radar Jember. ....	94
4.3.2 Pengaruh parsial dari faktor produk (f1), faktor <i>Physical Evidence</i> (f2), faktor Promosi (f3), faktor <i>People</i> (f4), faktor proses (f5), faktor desain layout (f6) terhadap kepuasan pemasang iklan di Harian Pagi Radar Jember .....	94
4.3.3 Faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pemasang iklan di Harian Pagi Radar Jember .....	96
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran .....	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Perbandingan Jumlah Rata-Rata pemasang Iklan perbulan di Harian Pagi Radar Jember tahun 2006 dan 2007 .....	2
4.1 Jenis Perusahaan Pemasang Iklan .....	59
4.2 Frekuensi Pemasangan Iklan .....	59
4.3 Mediator Pemasangan Iklan.....	60
4.4 Biaya Pemasangan Iklan.....	61
4.5 Komposisi Responden terhadap Kepuasan dari Faktor Produk ....	62
4.6 Komposisi Responden terhadap Faktor Price dan Faktor Place ...	64
4.7 Komposisi Responden terhadap Faktor Promosi dan Faktor People .....	66
4.8 Komposisi Responden terhadap Faktor Proses.....	67
4.9 Komposisi Responden terhadap Faktor Physical Evidence.....	69
4.10 Hasil Pengujian Validitas dengan Metode Product Moment.....	71
4.11 Hasil Pengujian Reabilitas dengan Metode Cronbach Alpha.....	72
4.12 Nilai MSA Hasil Analisis .....	75
4.13 Hasil Distribusi Variabel dalam Faktor.....	81
4.14 Hasil Rotasi dan Penamaan Faktor .....	83
4.15 Hasil Uji Parsial .....	89

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1	Proses Keputusan Pembelian ..... 9
2.2	Konsep Kepuasan Pelanggan ..... 14
2.3	Kerangka Konseptual ..... 23
3.1	Kerangka Pemecahan Masalah ..... 47
4.1	Struktur Karyawan Harian Pagi Radar Jember Tahun 2008 ..... 53
4.2	Mekanisme Pemasangan Iklan ..... 57
4.3	Kurva Normal Uji F ..... 88
4.4	Kurva Normal Uji t untuk Faktor Produk ..... 89
4.5	Kurva Normal Uji t untuk Faktor Physical Evidence ..... 90
4.6	Kurva Normal Uji t untuk Faktor Promosi ..... 90
4.7	Kurva Normal Uji t untuk Faktor People ..... 91
4.8	Kurva Normal Uji t untuk Faktor Proses ..... 91
4.9	Kurva Normal Uji t untuk Faktor Desain Layout ..... 92

## DAFTAR LAMPIRAN

A.	Data Mentah.....	Page 1
B.	Hasil Analisis Frekuensi.....	Page 3
C.	Hasil Analisis Deskriptif .....	Page 7
D.	Hasil Analisis Validitas dan Reabilitas .....	Page 9
E.	Hasil Analisis Faktor .....	Page 20
F.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Asumsi Klasik ...	Page 27