

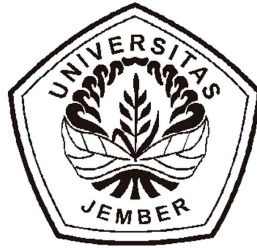
**ANALISIS DISKRIMINAN *MARKETING MIX*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HARIAN PAGI RADAR JEMBER**

SKRIPSI

oleh
DE IRMAN SETIAWAN
NIM 050810201033

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2011



**ANALISIS DISKRIMINAN *MARKETING MIX*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HARIAN PAGI RADAR JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

oleh
DE IRMAN SETIAWAN
NIM 050810201033

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2011

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : DE IRMAN SETIAWAN
NIM : 050810201033
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi : ANALISIS DISKRIMINAN *MARKETING MIX* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HARIAN PAGI RADAR JEMBER

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 28 Januari 2011

Yang menyatakan,

DE IRMAN SETIAWAN
NIM 050810201033

LEMBAR PERSETUJUAN REVISI

Judul Skripsi : ANALISIS DISKRIMINAN *MARKETING MIX*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HARIAN
PAGI RADAR JEMBER

Nama Mahasiswa : DE IRMAN SETIAWAN

NIM : 050810201033

Jurusan : MANAJEMEN

Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN

Ketua Penguji,

Dr. Deasy Wulandari, SE., M.Si
NIP. 19730908 200003 2 001

Sekretaris,

Anggota,

Drs. Sudaryanto, M.BA, Ph.D
NIP. 19660408 199103 1 001

Dr. Imam Suroso, SE., M.Si
NIP. 19591013 198802 1 001

PENGESAHAN

ANALISIS DISKRIMINAN *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HARIAN PAGI RADAR JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : DE IRMAN SETIAWAN

NIM : 050810201033

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal:

23 Februari 2011

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dr. Deasy Wulandari, SE., M.Si
NIP. 19730908 200003 2 001

Sekretaris : Drs. Sudaryanto, M.BA, Ph.D
NIP. 19660408 199103 1 001

Anggota : Dr. Imam Suroso, SE., M.Si
NIP. 19591013 198802 1 001

Mengetahui,
Fakultas Ekonomi
Universitas Jember
Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, SE., M.Sc
NIP. 19560831 198403 1 002

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

1. Ibu Bapak ku, Ida Hikmayati, Soleh Sulaiman
2. Tete, Ade. Irna Septiani, SS., Annisa Rahmatillah
3. Agamaku ISLAM. Pasti kemenangan ada ditangan Islam
4. Almamater Tercinta, Jurusan Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Jember

MOTTO

Success is my right.

Sukses adalah hak saya, hak anda, hak kita semua
yang menyadari, menginginkan dan memperjuangkan
dengan sepenuh hati.

(Andrie Wongso, Motivator No. 1 di Indonesia)

*Dan Tuhan mu berfirman, Berdo'alah kepada-Ku,
niscaya akan Ku perkenankan bagi mu, . .*

(QS 40 : 60)

ABSTRAKS

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel *marketing mix* (produk, harga, promosi, tempat, orang/penyampai jasa, proses, dan bukti fisik) dapat membedakan keputusan konsumen membeli atau tidak membeli Harian Pagi Radar Jember, dan untuk menganalisis variabel *marketing mix* manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan konsumen membeli atau tidak membeli Harian Pagi Radar Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kabupaten Jember yang membeli Harian Pagi Radar Jember. Sampel penelitian adalah 100 responden yang dipilih berdasarkan metode *purposive random sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis diskriminan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan perilaku antara konsumen membeli dengan konsumen tidak membeli Harian Pagi Radar Jember. Sedangkan faktor *marketing mix* yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan membeli atau tidak membeli Harian Pagi Radar Jember adalah faktor proses yang diwakili oleh variabel media pemesanan. Faktor *marketing mix* yang dominan kedua adalah faktor orang/penyampai jasa yang diwakili oleh variabel pengetahuan karyawan.

Kata kunci: *marketing mix*, keputusan pembelian, Harian Pagi Radar Jember

ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing mix variables (product, price, promotion, place, people, processes, and physical evidence) to differentiate the consumer's decision to buy or not buy Harian Pagi Radar Jember, and to analyze which marketing mix variables that influence The most dominant of the consumer decision to buy or not buy Harian Pagi Radar Jember. The population in this study are all the people who buy Harian Pagi Radar Jember. The research sample was 100 respondents who were selected based on purposive random sampling. This study used discriminant analysis. The results showed that there were differences between consumer buying with consumer not buying Harian Pagi Radar Jember. While the marketing mix factors that have the most dominant influence on the decision to buy or not buy the Harian Pagi Radar Jember is a factor process represented by the variable ordering media. The second dominant factor marketing mix is a factor of people service represented by the variable of employees knowledge.

Keywords: marketing mix, purchasing decisions, Harian Pagi Radar Jember

PRAKATA

Subhanallah, Mahasuci Allah Swt Maha Membimbing kita semua sehingga menjadi bekal untuk sukses dunia dan akhirat, syukur dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt atas limpahan dan rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul Analisis Diskriminan *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Harian Pagi Radar Jember dapat terselesaikan dengan baik. Dengan demikian, usailah sudah seluruh tugas dan kewajiban penulis untuk memenuhi persyaratan agar mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Dengan selesainya skripsi ini, perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mohammad Saleh, SE., M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember beserta seluruh jajaran.
2. Ibu Dr. Hj. Istifadah, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan dan Bapak Dr. M. Dimiyati, SE., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Dr. Imam Suroso, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan pelajaran berharga dalam membuat karya tulis. Terima kasih pula telah memberikan pemahaman banyak hal untuk bekal sukses saya.
4. Bapak Drs. Sudaryanto, MBA,Ph.D selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
5. Pimpinan dan keryawan PT. Jember Intermedia Pers (Harian Pagi Radar Jember)
6. Terima kasih atas dukungan dan bimbingan selama ini, Ibu Sri Wahyu Lelly HS, SE., M.Si, Ibu Ika Barokah, SE., M.Si, Ibu Dewi Prihatini, SE., MM, Ph.D, Ibu Purnamie Titisari, SE., M.Si, Ibu Diah Y., SE., M.Si, Ibu Wiji Utami, SE., M.Si, Ibu Dr. Deasy Wulandari, SE., M.Si, Bapak Drs. Agus Priyono, MM, Bapak Hadi Paramu, SE., M.BA, Ph.D, Bapak Dr. M. Fathorrazi, SE., M.Si.
7. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

8. Bapak dan Ibu tercinta, Soleh Sulaiman dan Ida Hikmayati beserta keluarga besar RAHMA *Poultry Shop Consumer Product – Trading & Distributor* di Sukabumi Jawa Barat.
9. Kakak dan adik tercinta, Irna Septiani, SS. Annisaa Rahmatillah.
10. Rekan-rekan di RETRO *Education, Training and Management*. Arif selaku *Marketing and Public Relation Director*, Cahya Hadi Kurniawan selaku *Operational and Event Director*, dan Mustofa selaku *Financial and Administration Director*.
11. Adik-adik di UKM Bastiling Fakultas Ekonomi, Arif, Akbar, Rahmat, Fatim, Yanti, Nisa, Cahya, Maulana, Yudi, Darsono, Thoriq, Rival, Danu, Arin, Zia, Nurva, Septi, Mustofa, Alvan, Syuhada, Zamroni, Hadi, Catur, Agus, Andi, Farid, Anwar, Awis, Indit, Laily, Yuni, Rini dan semuanya.
12. Teman-teman di KAMMI Jember.
13. Teman-teman dan adik-adik di Al-qosam, Hamasah, dan Gaza.
14. Semua orang yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Tak ada gading yang tak retak, kiranya skripsi ini masih jauh dari sempurna. Akhirnya semoga kita semua mencapai puncak kesuksesan kita masing-masing. *Fight Success*.

Jember, 28 Januari 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran Pada Perusahaan Jasa	9
2.1.2 Karakteristik Jasa	11
2.1.3 Konsep Bauran Pemasaran Pada Perusahaan Jasa.....	12
2.1.4 Perilaku Konsumen Pada Perusahaan Jasa	17
2.1.5 Konsep Kepuasan Konsumen	25
2.1.6 Teknologi Informasi Dan Komunikasi.....	33
2.2 Penelitian Terdahulu	42
2.3 Kerangka Konseptual	54

BAB 3. METODE PENELITIAN	56
3.1 Rancangan Penelitian	56
3.2 Populasi dan Sampel	56
3.3 Jenis dan Sumber Data	57
3.4 Metode Pengumpulan Data	57
3.5 Identifikasi Variabel.....	58
3.6 Definisi Operasional Variabel	59
3.7 Skala Pengukuran.....	65
3.8 Metode Analisis Data	66
3.8.1 Uji Instrumen	66
3.8.2 Analisis Deskriptif Data.....	67
3.8.3 Analisis Normalitas Data	67
3.8.4 Analisis Homoskedastisitas.....	69
3.8.5 Analisis Diskriminan.....	69
3.8.6 Uji Signifikansi	71
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	72
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Hasil Penelitian	74
4.1.1 Profil Daerah Penelitian Kabupaten Jember	74
4.1.2 Gambaran Objek Penelitian Harian Pagi Radar Jember	81
4.1.3 Karakteristik Responden	92
4.1.4 Uji Instrumen	95
4.1.5 Analisis Deskripsi Data	98
4.1.6 Analisis Normalitas Data	119
4.1.7 Analisis Homoskedastisitas Data	120
4.1.8 Analisis Diskriminan.....	121
4.2 Pembahasan Penelitian	129
4.2.1 Skor Rata-Rata Pada Group Statistics.....	129
4.2.2 Perbedaan Perilaku Antara Konsumen Membeli Dan Tidak Membeli	133

4.2.3 Variabel Yang Membedakan Perilaku Konsumen Membeli Dan Tidak Membeli Pengaruh Asset Size terhadap Harga Saham	133
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	136
5.1 Kesimpulan	136
5.2 Saran	137
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Hal.
2.1 Tingkat Adopsi Teknologi Informasi dan Komunikasi di ASEAN	36
2.2. Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	51
4.1 Jumlah Penduduk Kabupaten Jember Tahun 2010	77
4.2 Jam Kerja Karyawan	89
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	92
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	93
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	93
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	94
4.7 Deskripsi Pembelian Koran Per Minggu.....	94
4.8 Deskripsi Statistik Pembelian Koran	96
4.9 Hasil Uji Validitas.....	96
4.10 Hasil Uji Reliabilitas	97
4.11 Hasil Analisis Deskripsi Statistik.....	99
4.12 Hasil Analisis Deskripsi Kualitas Kertas (Jenis Kertas).....	100
4.13 Hasil Analisis Deskripsi Kualitas Kertas (Ketahanan Kertas).....	101
4.14 Hasil Analisis Deskripsi Kualitas Warna (Ketajaman Warna)	101
4.15 Hasil Analisis Deskripsi Kualitas Warna (Ketahanan Warna)	102
4.16 Hasil Analisis Deskripsi Desain Layout (Pembagian Wilayah Iklan dan Berita).....	102
4.17 Hasil Analisis Deskripsi Desain Layout (Penataan Iklan dan Berita).....	103
4.18 Hasil Analisis Deskripsi Perbandingan Harga (Perbandingan Harga dengan Pesaing)	103
4.19 Hasil Analisis Deskripsi Perbandingan Harga (Harga Terjangkau)	104
4.20 Hasil Analisis Deskripsi Letak dan Lokasi (Letak Strategis)	104
4.21 Hasil Analisis Deskripsi Letak dan Lokasi (Lokasi Mudah Dijangkau).....	105
4.22 Hasil Analisis Deskripsi Sarana Umum (Sarana Umum Memadai)	105
4.23 Hasil Analisis Deskripsi Sarana Umum (Kenyamanan Tempat)	106

4.24 Hasil Analisis Deskripsi Tata Ruang (Tata Ruang Kantor)	106
4.25 Hasil Analisis Deskripsi Tata Ruang (Kesesuaian Cat dan Pencahayaan)	107
4.26 Hasil Analisis Deskripsi Promosi Penjualan (Menarik tidaknya Promosi Penjualan)	107
4.27 Hasil Analisis Deskripsi Promosi Penjualan (Pemberian Diskon)	108
4.28 Hasil Analisis Deskripsi Penghargaan untuk Konsumen (Pemberian Souvenir)	108
4.29 Hasil Analisis Deskripsi Penghargaan untuk Konsumen (Ada tidaknya Penghargaan untuk Konsumen)	109
4.30 Hasil Analisis Deskripsi Penampilan Karyawan (Busana Karyawan)	109
4.31 Hasil Analisis Deskripsi Penampilan Karyawan (Perilaku Karyawan)	110
4.32 Hasil Analisis Deskripsi Keramahan Karyawan (Senyuman Karyawan)	110
4.33 Hasil Analisis Deskripsi Keramahan Karyawan (Kesigapan Karyawan)	11
4.34 Hasil Analisis Deskripsi Pengetahuan Karyawan (Kemampuan Karyawan)	111
4.35 Hasil Analisis Deskripsi Pengetahuan Karyawan (Keterampilan Karyawan)	112
4.36 Hasil Analisis Deskripsi Ketanggapan Karyawan (Cepat Tanggap terhadap Masalah)	112
4.37 Hasil Analisis Deskripsi Ketanggapan Karyawan (Kecepatan Menyelesaikan Masalah)	113
4.38 Hasil Analisis Deskripsi Media Pemesanan (Proses Pembelian)	113
4.39 Hasil Analisis Deskripsi Media Pemesanan (Sarana Komunikasi)	114
4.40 Hasil Analisis Deskripsi Waktu Pemesanan (Fleksibilitas Pemesanan)	114
4.41 Hasil Analisis Deskripsi Waktu Pemesanan (Layanan diluar Jam Kantor)	115
4.42 Hasil Analisis Deskripsi Pembinaan Hubungan (Pemeliharaan Hubungan)	115
4.43 Hasil Analisis Deskripsi Pembinaan Hubungan (Pengaruh Pembinaan Hubungan)	116

4.44 Hasil Analisis Deskripsi Kualitas Desain (Pencampuran Warna)	116
4.45 Hasil Analisis Deskripsi Kualitas Desain (Karakteristik Tulisan dan Tata Letak)	117
4.46 Hasil Analisis Deskripsi Layanan (Kepuasan terhadap Layanan)	117
4.47 Hasil Analisis Deskripsi Prestise Perusahaan (Nama Baik Perusahaan)	118
4.48 Hasil Analisis Deskripsi Prestise Perusahaan (Prestise Harian Pagi Radar Jember)	118
4.49 Hasil Uji Normalitas Data dengan <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	119
4.50 Hasil Uji Homoskedastisitas Data	120
4.51 Proses <i>Stepwise</i>	122
4.52 Struktur Matriks	123
4.53 Fungsi Diskriminan Berdasarkan Model Fisher	124
4.54 Fungsi Diskriminan Berdasarkan <i>z score unstandardized</i>	125
4.55 Uji Signifikansi	125
4.56 Hasil Uji Keeratan Hubungan	126
4.57 <i>Two-Group Discriminant</i>	126
4.58 Uji Ketepatan Klasifikasi	128

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
2.1 Proses Keputusan Pembelian	18
2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	27
2.3 10 Negara Terbesar Pengguna Internet di Asia Tahun 2009	
2.4 Perbandingan Pengguna Internet Asia dengan Dunia pada Tahun 2009	
2.5 Model Komunikasi dari <i>Aristoteles</i>	38
2.6 Kerangka Konseptual Penelitian	54
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	72
4.1 Struktur Organisasi Harian Pagi Radar Jember Tahun	84

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Sampel Penelitian
- Lampiran 3 Data Kuesioner
- Lampiran 4 Uji Instrumen
- Lampiran 5 Analisis Deskriptif Data
- Lampiran 6 Uji Normalitas Data
- Lampiran 7 Analisis Homoskedastisitas
- Lampiran 8 Analisis Diskriminan
- Lampiran 9 Surat Ijin Penelitian