

# SIKAP KONSUMEN TERHADAP KORAN SINDO

(Studi Pada Wilayah Margorejo, Surabaya)

## SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen



Diajukan oleh:

M. SYAM YANATA

NPM 0912115043

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

JAWA TIMUR

2014

SKRIPSI  
SIKAP KONSUMEN TERHADAP KORAN SINDO  
(Studi Pada Wilayah Margorejo, Surabaya)

Yang diajukan

M. SYAM YANATA

0912115043 / FE / EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Progdi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Pada tanggal : 28 Februari 2014

Pembimbing Utama

Tim Penguji :

Ketua

DR. Prasetyohadi. MM.

DR. Prasetyohadi. MM

Pembimbing Pendamping

Sekretaris

Drs. Ec. Agoeng Soeprijono. MM

Dra. Ec. Nuruni Ika K.W., MM

Anggota

Drs Ec. Pandji Soegiono. MM

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM  
NIP. 19630924 198903 1001

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

Maksud dan tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Surabaya. Penyusunan skripsi dengan judul Sikap Konsumen Terhadap Koran SINDO (Studi Pada Wilayah Margorejo Surabaya). Sadar akan keterbatasan dan kemampuan menulis, maka dengan segala kerendahan hati dan keterbukaan diharapkan masukan-masukan dan saran-saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini ingin Penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak DR. Prasetyohadi. MM. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan nasehat, tuntunan serta bimbingan sehingga terealisasi penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Ec. Agoeng Soeprijono. MM selaku dosen pembimbing pendamping yang telah membantu memberikan nasehat, tuntunan serta bimbingan.
6. Seluruh bapak dan ibu dosen serta segenap staff dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

7. Bapak Ir. Sutiyono, MT. Dekan Fakultas Teknik Industri yang telah membantu kelancaran penulis menempuh perkuliahan hingga penelitian ini selesai.
8. Bapak Wahyu dan rekan-rekan dari Koran SINDO yang telah membantu memberikan informasi dan data untuk skripsi ini.
9. Bapak Suyono, S.Pd dan Ibu Indri Lukita S.E sebagai orang tua Penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa.
10. Friska Putri Trestiani S.E yang selalu memberikan dukungan penuh dan membimbing Penulis hingga skripsi ini selesai.
11. Rekan-rekan mahasiswa dan semua pihak yang telah memberikan bantuan Penulis.

Atas segala amal yang diberikan semoga mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Akhir kata penulis berharap semoga tulisan ini berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan mewujudkan upaya perkembangan ilmu pengetahuan.

Surabaya, Februari 2014

Penulis

## Daftar Isi

Halaman persetujuan seminar usulan penelitian .....	i
Halaman persetujuan penyusunan skripsi .....	ii
Halaman persetujuan ujian lisan .....	iii
Kata pengantar .....	iv
Daftar isi.....	v
Daftar lampiran .....	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan masalah.....	3
1.3 Tujuan penelitian.....	4
1.4 Manfaat penelitian.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian terdahulu.....	5
2.2 Tinjauan teori.....	7
2.2.1 Sikap Konsumen.....	7
2.2.1.1 Karakteristik Sikap.....	8
2.2.1.2 Fungsi sikap.....	9
2.2.1.3 Model Sikap.....	14
2.2.2 Kualitas Produk.....	21
2.2.2.1 Definisi Kualitas.....	21

2.2.2.2	Perspektif terhadap kualitas.....	23
2.2.2.3	Dimensi kualitas.....	25
2.2.2.4	Dimensi Kualitas Produk Manufaktur.....	27
2.2.3	Desain Produk.....	27
2.2.3.1	Pengertian.....	27
2.2.3.2	Prinsip dasar desain.....	29
2.3	Hubungan antar variabel.....	31
2.3.1	Hubungan antara kualitas produk dengan sikap konsumen.....	31
2.3.2	Hubungan antara desain produk dengan sikap konsumen.....	31
2.3.3	Kerangka konseptual.....	32
2.4	Hipotesis.....	32

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Definisi operasional dan pengukuran variabel.....	34
3.1.1	Variabel Dependent.....	34
3.1.2	Variabel Independent.....	35
3.2	Teknik penentuan data.....	36
3.2.1	Populasi.....	36
3.2.2	Sampel.....	37
3.3	Teknik pengumpulan data.....	38
3.3.1	Jenis data.....	38
3.3.2	Sumber data.....	38
3.3.3	Pengumpulan data.....	38

3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	40
3.4.1	Teknik Analisa .....	40
3.4.2	Model indikator reflektif dan indikator formatif .....	41
3.4.2.1	Model indikator reflektif .....	41
3.4.2.2	Model indikator formatif .....	43
3.4.3	Kegunaan Metode Partial Least Square (PLS) .....	46
3.4.4	Pengukuran Metode Partial least Square (PLS) .....	47
3.4.5	Langkah-langkah PLS .....	48
3.4.6	Asumsi PLS .....	50
3.4.7	Ukuran Sampel .....	50
3.4.8	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Obyek Penelitian .....	53
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	53
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian .....	55
4.2.1	Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1) .....	55
4.2.2	Deskripsi Variabel Desain Produk (X2) .....	56
4.2.3	Deskripsi Variabel Sikap Konsumen (Y) .....	58
4.3	Analisa dan Pengujian Hipotesis .....	61
4.3.1	Evaluasi Outlier .....	61
4.3.2	Average Varian Extracted (AVE) .....	63
4.3.3	Composite Reability .....	64

4.3.4	Outer Weights .....	65
4.3.5	Inner Model (Pengujian Model Struktural) .....	66
4.4	Pembahasan .....	68
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Sikap Konsumen .....	68
4.4.2	Pengaruh Desain Produk Terhadap Sikap Konsumen .....	69

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan .....	71
5.2	Saran .....	71

Daftar pustaka

Lampiran



## Daftar Lampiran

1. Hasil Uji PLS
2. Kuisisioner

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, desain produk terhadap sikap konsumen pada produk Koran SINDO di wilayah Margorejo Surabaya dan menganalisis factor paling dominan dalam mempengaruhi sikap konsumen Koran SINDO di wilayah Margorejo Surabaya.

Sampel penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan Koran SINDO di wilayah Margorejo Surabaya, sejumlah 50 responden dari 50 konsumen atau pelanggan Koran SINDO di Surabaya. Partial Least Square (PLS) yang dijalankan dengan bantuan Smart PLS, digunakan untuk menganalisis data. Data yang didapatkan dengan membagikan kuisioner kepada responden dengan skala likert's. Skala likert's

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan (positif) terhadap sikap konsumen tetapi desain produk yang berpengaruh signifikan (positif) terhadap sikap konsumen dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas produk, Desain Produk dan Sikap Konsumen.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Media massa merupakan sarana penyampai pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya radio, televisi, dan surat kabar. Pada saat ini persaingan media massa (surat kabar) semakin ketat khususnya di daerah Surabaya ini.

Salah satu perusahaan di bidang media yang memiliki nama cukup terkemuka di Indonesia yaitu PT. MNC (Media Nusantara Citra). PT. MNC memiliki beberapa media massa, mulai radio (Trijaya FM), televisi (RCTI, Global TV, MNC TV), surat kabar (SINDO). Dari semua media tersebut, mereka telah memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Meskipun memiliki beberapa kekurangan namun itu semua dapat ditutupi dengan kelebihan. Hampir semua grup MNC telah dikenal dan diingat oleh banyak konsumen di Indonesia, tapi ada juga yang masih kurang dikenal oleh konsumen salah satunya yaitu surat kabar Seputar Indonesia (SINDO).

Seputar Indonesia merupakan media cetak yang hadir membawa berita aktual, akurat, mendalam namun tetap bergaya dan penuh warna. Membawa SINDO hadir dengan nuansa tersendiri bagi mereka yang sangat membutuhkan informasi, berjiwa dinamis, dan terbuka. Variasi content yang menyuguhkan News, Sport, Lifestyle makin memperkuat image Seputar Indonesia. Meski telah membuat image bahwa surat kabar Seputar Indonesia layak untuk dikonsumsi

berbagai kalangan, namun konsumen masih kurang mengenal dan memahami surat kabar ini.

Keberadaan Seputar Indonesia (sekarang berganti nama menjadi Koran SINDO), di Surabaya sendiri SINDO sudah mulai masuk sejak tujuh tahun lalu. Dalam masa pertumbuhannya hingga saat ini SINDO tidaklah mudah untuk mengambil pangsa pasar dari kompetitornya yang lebih dulu ada. Namun untuk sebuah media masa yang baru SINDO cukup baik pertumbuhannya karena promosi-promosi gencar dilakukan dalam rangka untuk menjaring konsumen baru di wilayah Surabaya. Mulai dari promosi mambagi-bagi koran gratis di beberapa titik di Surabaya, beli koran bonus roti, berlangganan bonus tabloid, hingga undian hadiah emas putih 25gram. Meski demikian SINDO tetap belum bisa mencapai target penjualannya.

Menurut Fandy Tjiptono (2000:54) Kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan sikap konsumen, dimana kualitas produk memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Menurut Nia Atmadianing Meigawati (2010:9) dalam jurnalnya, terbukti bahwa dimensi desain produk berpengaruh positif terhadap sikap konsumen. Artinya semakin tinggi dimensi desain produk ditingkatkan, maka sikap konsumen semakin meningkat.

Hal ini ditunjukkan dengan data sebagai berikut:

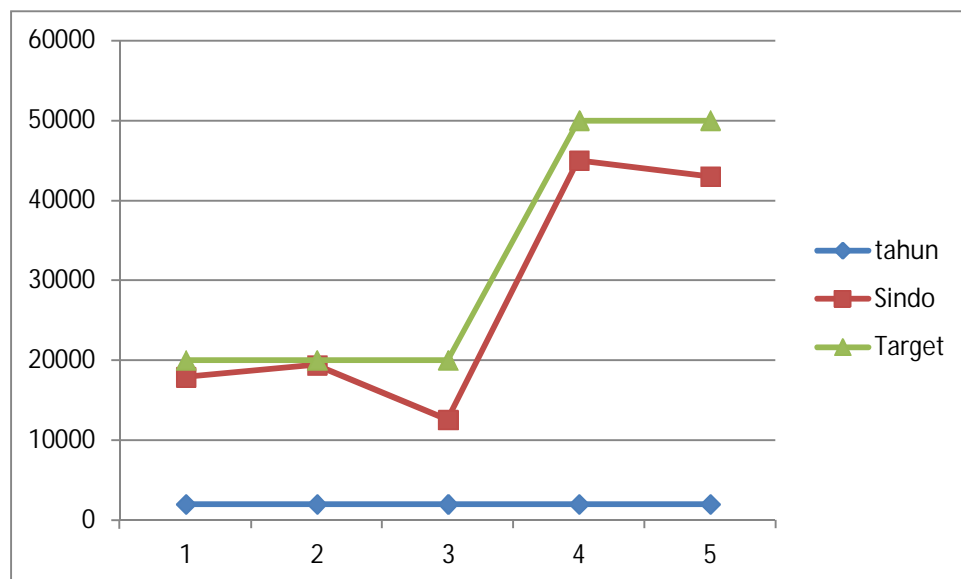
Tabel 1.1  
Tabel Target Penjualan Koran SINDO Wilayah Jawa Timur  
Tahun 2008-2012

Tahun	SINDO	Target	Market Share (%)
2008	17890	20000	89.45
2009	19400	20000	97
2010	12550	20000	62.75
2011	45000	50000	90
2012	43000	50000	86

Sumber: Kantor Biro SINDO Jatim

Gambar 1.1

Grafik Target Penjualan Koran SINDO Wilayah Jawa Timur  
Tahun 2008-2012



Sumber: Kantor Biro SINDO Jatim

Target SINDO dari tahun 2008 hingga 2010 yaitu 20.000, untuk 2011 hingga 2012 yaitu 50.000. Pada tahun 2008 oplah SINDO sebesar 17.890 atau 89,45% dari target. Untuk tahun 2009 SINDO mengalami kenaikan oplah menjadi 19.400 atau 97% dari target. Tahun berikutnya SINDO mengalami penurunan yang sangat drastis menjadi 12.550 atau 62,75% dari target. Untuk dua tahun kedepan target dinaikkan hingga 50.000, dan ternyata dengan kenaikan target tersebut, oplahpun ikut naik menjadi 45.000 pada tahun 2011 dan ada terjadi sedikit penurunan di tahun 2012 menjadi 43.000.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa SINDO belum pernah bisa mencapai target oplahnya dari tahun 2008 – 2012. Hal seperti itu bisa saja terjadi dikarenakan Koran SINDO menaikkan target penjualannya tanpa memperhatikan atribut produknya. Atribut produk itu merupakan suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diterapkan oleh pembeli. (Kotler, 1992: 72, dikutip dalam jurnal Nia Atmadianing : 2010). Pada produk Koran biasanya konsumen lebih dahulu melihat dari tampilan baru ciri khas dari Koran tersebut. Tampilan merupakan salah satu unsur penunjang dalam desain produk, dan ciri khas merupakan penunjang kualitas produk. Sehingga atribut produk yang menonjol adalah kualitas produk dan desain produk. Maka dari itu dalam penelitian ini, atribut produk dari Koran SINDO yang penulis gunakan yaitu kualitas produk dan desain produk.

## 1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap sikap konsumen koran SINDO di Surabaya?
2. Apakah desain produk berpengaruh terhadap sikap konsumen koran SINDO di Surabaya?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap sikap konsumen koran SINDO di Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh desain produk terhadap sikap konsumen koran SINDO di Surabaya.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

### 1. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan masukan bagi manajemen koran SINDO tentang kualitas produk, desain produk, dan sikap konsumen sekaligus sebagai evaluasi kinerja dalam upaya meningkatkan jumlah pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing yang berkelanjutan.

2. Bermanfaat bagi peneliti dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang diterima kenyataan yang terjadi di perusahaan.

3. Sebagai bahan informasi (masukan) bagi peneliti yang lain apabila akan mengadakan penelitian.