

**PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP HARIAN LOKAL
(KORAN) DI KELURAHAN 16 ULU KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Hendri Antoni

Nim : 21 2012 118

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2017

**PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP HARIAN LOKAL
(KORAN) DI KELURAHAN 16 ULU KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Nama : Hendri Antoni

Nim : 21 2012 118

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2017

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hendri Antoni

Nim : 21 2012 118

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Palembang, Juni 2017

METERAI
TEMPEL
8F044AEF716800223
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Penulis

Hendri Antoni

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Harian
Lokal (Koran) Di Kelurahan 16 Ulu Kota Palembang
Nama : Hendri Antoni
NIM : 21-2012-118
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal,..... Juni 2017

Pembimbing,



Diah Isnaini Asianti, S.E., M.M
NIDN/NBM : 0207046301/652717

Mengetahui,
Dekan
u. b. Ketua Program Studi Manajemen



Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si
NIDN/NBM : 0216057001/673839

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

- Sebelum kau tunjukkan dirimu kepada dunia, tunjukkan lah dirimu kepada orang-orang terdekatmu terutama orang tua mu dan keluargamu, menjadi dirimu sendiri adalah pilihan terbaik
- Hidup itu harus berilmu, evaluasi diri, hidup ini harus mempunyai tujuan yang jelas, mencapai hidup yang kita inginkan.
- Kebanggaan terbesar itu bukannya tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setelah kita jatuh.

(Hendri Antoni)

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ❖ Allah SWT yang telah memberi karunia, Nikmat, serta rahmatnya Yang tiada henti kepada diriku.
- ❖ Kedua orang tuaku, Ayah, Ibu serta Adik-adikku yang tersayang
- ❖ Buat pembimbingku ibu Diah Isaini Asiati, S.E, M.M terima kasih banyak atas bimbingan, saran, dan dukungan selama ini.
- ❖ Dosen-dosen FE UMP yang tercinta.
- ❖ Kekasihku yang tersayang yang selalu memberi semangat dan dukungan selama ini.
- ❖ Teman-teman almamater seperjuangan.

PRAKATA



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah Rabbil'alamin, segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta memberikan kesabaran, kesehatan, kekuatan dan ketabahan kepada penulis sehingga atas izin dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta, karena berkat do'a dan curahan kasih sayangnya telah mengantarkan penulis hingga ketitik sekarang ini.

Terima Kasih kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E, M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang, beserta staf dan karyawan/karyatinya.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Diah Isnaini Asiati, S.E, M.M selaku Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan bimbingan dan saran yang banyak dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

5. Seluruh Dosen dan Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang..

6. Semua Sahabat-Sahabatku tercinta.

Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang sengaja maupun tidak sengaja yang telah berpartisipasi memberikan bantuan, saran, dukungan dan do'a dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT dapat membalas budi baik dari semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini. Amin.

Wassalamualaikum. Wr. Wb

Palembang,..... Juni 2017

HENDRI ANTONI

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN DEPAN/COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYAYATAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL	xi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xiii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Landasan Teori.....	8
1. Perilaku Konsumen.....	8
2. Persepsi.....	13
B. Penelitian Sebelumnya.....	19
C. Kerangka Pemikiran.....	21
D. Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Lokasi Penelitian.....	22
C. Operasionalisasi Variabel.....	23

D. Populasi Dan Sampel.....	23
E. Data Yang Di Perlukan.....	25
F. Metode Pengumpulan Data.....	25
G. Metode Analisis Dan Analisis Data.....	26

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	30
1. Sriwijaya pos	30
a. Sejarah Singkat Sriwijaya Pos	30
b. Visi san Misi PT. Sriwijaya Pos	33
2. Sumatra Ekspres	33
a. Sejarah Singkat Sumatra Ekspres	33
3. Gambar Karakteristik Responden	39
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
b. Karakteristik Responden Berdasarkan RW	40
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	42
e. karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	43
f. Karakteristik Responden Berdasarkan Pembaca Harian	44
4. Karakteristik Jawaban Responden	45
a. Karakteristik Jawaban Responden Mengenai Sriwijaya pos.....	45
b. Karakteristik Jawaban Responden Mengenai Sumatra Ekspres ..	47
5. Proses Pengujian	49
a. Beritanya Seluruh Sumatra Selatan	49
b. Beritanya Lebih Lengkap	50
c. Berita Sportnya Lebih Menarik	52
d. Gambarnya Jelas	53
e. Harganya Murah	54

f. Ada Berita Hiburan	56
B. Pembahasan Hasil Penelitian	58
1. Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Harian (Koran) Lokal di Kelurahan 16 Ulu Kota Palembang	55
a. Beritanya Seluruh Sumatra Selatan	55
b. Beritanya Lebih Lengkap	56
c. Berita Sportnya Lebih Menarik	59
d. Gambarnya Jelas	59
e. Harganya Murah	60
f. Ada Berita Hiburannya	60
2. Perbandingan Dengan Penelitian Sebelumnya	61
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN
A. Kesimpulan	62
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN-LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Alasan Orang Membaca Harian (Koran) Lokal di Palembang	5
Tabel 2	Operasionalisasi Variabel	23
Tabel 3	Jumlah populasi dan sampel	24
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan RW	40
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	42
Tabel IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	43
Tabel IV.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembaca Harian (Koran)	44
Tabel IV.7	Karakteristik Jawaban Responden Mengenai Sriwijaya Pos	45
Tabel IV.8	Karakteristik Jawaban Responden Mengenai Sumatra Ekspres	47
Tabel IV.9	Tabel Perbandingan Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Beritanya Seluruh Sumsel	49
Tabel IV.10	Hasil Perhitungan X^2	49
Tabel IV.11	Tabel Perbandingan Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Beritanya Lebih Lengkap	50
Tabel IV.12	Hasil Perhitungan X^2	51
Tabel IV.13	Tabel Perbandingan Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Berita Sportnya Lebih Menarik	52
Tabel IV.14	Hasil Perhitungan X^2	52
Tabel IV.15	Tabel Perbandingan Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Gambarnya Jelas	53
Tabel IV.16	Hasil Perhitungan X^2	53
Tabel IV.17	Tabel Perbandingan Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Harganya	

Murah	54
Tabel IV.18 Hasil Perhitungan X^2	54
Tabel IV.19 Tabel Perbandingan Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Ada Berita	
Hiburan	56
Tabel IV.20 Hasil Perhitungan X^2	56
Tabel IV.21 Rangkuman Hasil Penelitian	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1	Struktur Perilaku Konsumen dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi	10
Gambar 2	Faktor-faktor Penentu Keputusan Konsumen	11
Gambar 3	Stimuli	16
Gambar 4	Kerangka Pemikiran	21

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi
- Lampiran 2 : Kuesioner
- Lampiran 3 : Hasil Rekapitulasi Data Kuisisioner
- Lampiran 4 : Hasil Pengolahan Data Kuisisioner
- Lampiran 5 : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampira 6 : Surat Izin Riset
- Lampiran 7 : Sertifikat Lulus Toefl
- Lampiran 8 : Sertifikat Membaca dan Menghafal Al Quran (Surat Pendek)
- Lampiran 9 : Biodata Penulis

ABSTRAK

Hendri Antoni/ 21-2012-118/ 2017/ Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Harian Lokal (Koran) Di Kelurahan 16 Ulu Kota Palembang

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah perbedaan persepsi konsumen terhadap harian lokal (koran) di Kelurahan 16 Ulu Kota Palembang. Tujuan penelitian untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap harian lokal (koran) di Kelurahan 16 Ulu Kota Palembang. Tempat penelitian berlokasi pada Kelurahan 16 Ulu Kota Palembang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian *komparatif*. Populasinya adalah Semua Masyarakat di Kelurahan 16 Ulu Kota Palembang dengan sampel yang diambil berjumlah 165 orang responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer. Teknik pengumpulan data dalam skripsi ini adalah kuesioner. Analisis data yang dilakukan adalah analisis data kualitatif dan kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah *Distibusi x^2 (kai kuadrat)*.

Hasil penelitian Dalam penelitian ini terdapat 26,67% pembaca Sriwijaya Pos, 38,18% pembaca Sumatra Ekspres, dan 35,15% pembaca keduanya. Artinya semua responden dalam penelitian ini memiliki sikap, norma, dan minat terhadap keputusannya membaca Sriwijaya Pos dan Sumatra Ekspres.

Kata Kunci : Persepsi Konsumen.

ABSTRACT

Hendri Antoni / 212012118 /2017 / The Differences Consumer of Consumers' Perception on the newspaper of Kelurahan 16 Ulu Palembang

The problem of this study was whether or not there was a difference of consumers' perception on the newspaper of Kelurahan 16 Ulu Palembang. The objective of this study was to find out the difference of consumers' perception on the newspaper of Kelurahan 16 Ulu Palembang. This study was conducted at Kelurahan 16 Ulu Kota Palembang.

This study was comparative research. The population of this study was all the citizen of Kelurahan 16 Ulu Kota Palembang and the sample was 165 responders. The data used in this study was primary data that was collected through questionnaire. The analyzing the data used in this study were qualitative and quantitative analysis white the technique for analyzing the data used was by using distribution X^2 .

The result of this study found that Sriwijaya Post reader were 26.67%, Sumtra Ekspres reader were 38.18%, and the reader of both newspaper was 35.15%. It means that all the responders had the attitude, norms, and interest in the decision to read Sriwijaya Post and Sumatra Ekspres.

Keywords : Consumers' Perception.



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan konsep yang diperlukan oleh semua organisasi, tidak peduli apakah organisasi yang berorientasi pada profit maupun non-profit, organisasi kecil, sedang, maupun besar, dan organisasi swasta maupun pemerintah. Setiap organisasi memerlukan konsep pemasaran guna mengarahkan kegiatannya pada berbagai hal yang menjadi kebutuhan dan keinginan manusia. Orientasi ini memungkinkan setiap perusahaan dapat mengarahkan semua bagianya untuk melakukan kegiatan sesuai tujuan yang akan dicapai. Kegiatan yang dimaksud merupakan kegiatan yang dinamikanya terus berubah sesuai dengan perubahan kebutuhan/keinginan manusia.

Salah satu kajian menarik dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen menggambarkan perilaku setiap orang dalam merencanakan dan melaksanakan keinginannya untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan terhadap beragam produk yang memungkinkannya lebih mudah beraktivitas dalam keseharian. Setiap konsumen adalah pribadi yang spesifik, sehingga cara berkonsumsi yang dilakukannya tidak dapat disamakan begitu saja dengan dengan konsumen yang lain. Selain itu banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilakunya, faktor-faktor ini pun memberikan pengaruh yang tidak sama antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lain. Itulah sebabnya dalam pemasaran kajian perilaku

konsumen merupakan kajian yang sangat dinamis. Seseorang mungkin menunjukkan perilaku tertentu, akan tetapi dalam situasi yang berbeda bahkan dengan pengaruh faktor yang sama, mungkin konsumen menunjukkan perilaku yang berbeda. Itulah sebabnya tidak dapat diperoleh rumusan baku tentang kenapa dan apa yang menyebabkan konsumen menunjukkan perilaku tertentu. Para ahli mengatakannya sebagai *black box*, siapa pun tidak mungkin dapat menjelaskan secara pasti.

Terhadap perilaku konsumen, terdapat beberapa pihak yang dengan alasan ingin mempengaruhi dan mengubah perilaku itu. *Pertama*, pemasar. Pemasar perlu mengaji susunan bauran pemasaran apakah yang lebih efektif memberikan pengaruh terhadap perilaku beli konsumen. Itulah sebabnya pemasar tertarik memahami proses pembelian, bahkan perkembangan dinamika pasar juga menyebabkan pemasar tertarik pada proses dan pasca konsumsinya. *Kedua* adalah pihak yang berkepentingan dengan pendidikan dan perlindungan konsumen. Pihak ini melakukannya untuk membantu konsumen melakukan konsumsi secara lebih bijaksana. Melalui pendidikan dan sosialisasi yang mendukung, konsumen dapat diajarkan untuk mendeteksi, mengenali dan menolak beragam tindakan konsumsi yang merugikan dirinya sendiri maupun orang banyak. *Ketiga* adalah kebijakan publik, pendidikan tidak dapat menjamin keamanan konsumen berkonsumsi. Bagaimanapun juga konsumen tetap memiliki kebebasan untuk membuat berbagai alternatif pembelian. Akan tetapi apabila kebebasan ini dikurangi lewat penyalahgunaan bisnis, maka wajib bagi pemerintah untuk

memberikan perlindungan lewat beragam aturan yang mungkin diberlakukannya. Berbagai alasan di atas cukup membuat siapapun perlu mencermati perilaku konsumen, bukan hanya untuk kepentingan pribadinya akan tetapi juga untuk kepentingan bersama.

Salah satu kajian perilaku konsumen yang menarik adalah persepsi. Persepsi menggambarkan pendapat orang secara umum tentang suatu produk /jasa. Persepsi tersebut dapat bersifat baik atau tidak baik. Meskipun demikian setiap pemasar selalu menginginkan produk atau jasanya dipersepsikan baik oleh konsumen karena persepsi yang baik lebih mendekatkan konsumen pada tindakan pembelian. Oleh karena itu berbagai upaya akan dilakukan pemasar untuk mengemas produk atau jasa supaya lebih berkesan menarik sehingga menimbulkan dorongan kepada konsumen untuk melakukan pembelian.

Pembentukan persepsi dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor eksternal konsumen. Secara internal, pembentukan persepsi dapat berasal dari pengalaman konsumen, kebutuhannya, nilai-nilai yang dianutnya, atau harapannya. Sedangkan secara eksternal, pembentukan persepsi dapat berasal dari tampilan produk/jasa, sifat-sifat pendorong persepsi, dan situasi lingkungan. Dalam perjalanan seseorang persepsi ini dapat berubah karena sifatnya yang dinamis. Perubahan faktor yang mempengaruhinya juga memungkinkan sebuah persepsi akan berubah.

Dalam kajian pemasaran jasa, persepsi konsumen juga dapat dilihat penerapannya di bidang jasa terbitan harian (koran) di Sumatra Selatan,

khususnya di Kota Palembang. Dalam tahun terakhir tampak banyak bermunculan harian lokal di Kota Palembang seperti, Sriwijaya Pos, Sumatra Ekspres, Tribun Sumsel, Sumsel Pos, Palembang Pos, Radar, dan lain-lain. Sebuah harian tampaknya memiliki segmen yang sama, yakni semua anggota masyarakat tanpa membedakan usia, pendapatan, jenis kelamin, pendidikan, dan lain-lain. Akan tetapi dari berbagai harian di atas, ternyata hanya ada beberapa koran yang lebih sering disebut oleh masyarakat Palembang. Ini berarti tampaknya terdapat perbedaan persepsi konsumen dalam penilaian mereka terhadap harian lokal di Kota Palembang. Dalam wawancara awal 25 orang ditanya tentang harian apa yang biasa dibaca di Palembang. Ternyata 14 orang biasa membaca Sumatra Ekspres, 6 orang biasa membaca Sriwijaya Pos, dan 5 orang biasa membaca Radar. Sumatra Ekspres dipilih karena orang berpendapat tentang Sumatra Selatan dan Nasional, sumber juga lebih tajam. Sriwijaya Pos dipilih karena orang berpendapat beritanya juga luas mencakup seluruh Indonesia dan ada berita hiburan. Radar dipilih karena orang berpendapat harganya relatif murah. Ketika ditanyakan lebih lanjut tentang alasan mereka memilih harian tersebut, jawabannya adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1

Alasan Orang Membaca Harian (Koran) Lokal di Palembang

No	Alasan	Jumlah (orang)
1	Beritanya Seluruh SumSel	8
2	Beritanya lebih lengkap	7
3	Berita sportnya lebih menarik	2
4	Gambarnya jelas	4
5	Harganya murah	2
6	Ada berita hiburan	2
Jumlah		25

Sumber : Wawancara, 2017

Beberapa alasan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Beritanya Seluruh Sumatra Selatan

Seluruh Harian lokal di Kota Palembang sebenarnya memuat berbagai berita dari Palembang dan kota-kota di sekitarnya yang mencakup seluruh Sumatra Selatan. Akan tetapi, tampaknya hanya koran-koran lokal tertentu yang dinilai pembaca benar-benar menyajikan berbagai daerah di Sumatra Selatan, akan tetapi jawaban tersebut sebagian berasal dari pembaca Sumatra Ekspres.

b. Beritanya lengkap

Maksud berita lengkap adalah, koran memiliki rubrik yang beragam. Misalnya di Sumatera Ekspers ada rubrik top sport, pendidikan, opini, hiburan, kesehatan, iklan kolom, dan lain-lain. Sriwijaya Pos ada rubrik top

sport, pendidikan, hiburan, iklan kolom, dan lain-lain. Radar ada rubrik top sport iklan kolom, opini, dan lain-lain.

c. Berita sportnya lebih menarik

Alasan di atas tentunya diungkapkan oleh para penggemar olah raga. Setiap harian tersedia berita olah raga, akan tetapi terdapat perbedaan dalam hal ragam cerita olah raga, gambar, atau keluasan beritanya.

d. Gambarnya jelas

Alasan gambar yang jelas juga dimunculkan pembaca untuk harian apa pun. Meskipun demikian alasan ini lebih banyak ditujukan untuk harian Sumatra Ekspres.

e. Harganya murah

Untuk masalah harga antara koran yang satu dengan yang lainnya tidak terlalu jauh berbeda. Harga Sumex berkisar Rp. 1.500. Harga Sriwijaya Pos Rp. 1.000. Harga Radar Rp. 1.000.

f. Ada berita hiburan

Berita hiburan juga tersedia di koran apa pun, akan tetapi terdapat perbedaan khususnya antara koran Sumatera Ekpress, Sriwijaya Pos, dan Radar.

Berbagai jawaban responden tersebut menunjukkan persepsi yang berbeda-beda terhadap harian lokal di Kelurahan 16 Ulu Kota Palembang. Oleh karena itu menjadi menarik apabila dilakukan penelitian tentang perbedaan persepsi konsumen terhadap harian lokal di Kota Palembang.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka menarik dilakukan kajian tentang **Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Harian (Koran) Lokal Di Kelurahan 16 Ulu Kota Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah perbedaan persepsi konsumen terhadap harian lokal (Koran) di Kelurahan 16 Ulu Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya perbedaan persepsi konsumen terhadap harian lokal (Koran) di Kelurahan 16 Ulu Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dapat membantu mengembangkan ilmu pengetahuan dan memberikan gambaran praktek dari teori yang selama ini diperoleh khususnya di bidang manajemen pemasaran.

2. Bagi Almamater

Dapat dijadikan sebagai referensi dan bacaan bagi mahasiswa untuk di jadikan sebagai bahan acuan dan perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Sangadji & sopiah. (2013) *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Iqbal, Hasan. (2015). Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistike Deskriptif). Edisi Kedua. Jakarta : PT.Bumi Aksara.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Ahli Bahasa Benyamin Molan. 2007. Edisi 13, jilid 1, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Schiffmann & Kanuk, Leslie.(2007). *Perilaku Konsumen*. Ahli Bahasa Zoelkifli Kasip. 2007. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT Indeks
- Risyanti & Jhon J.O.L . (2005) *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono.(2009a). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan Ke Dua Puluh Satu. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015c). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Cetakan Keenam Belas. Bandung: Alfabeta
- Ujang Sumarwan. (2014). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Ana Elrika Christin Wiyana dan Edwin Japarinto (2014) Pengaruh Sikap Pembaca dan Norma Subtyektif terhadap Perilaku Pembelian Harian Kompas di Surabaya dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2 No. 1 (online) (diakses Minggu, 9 April 2017
- <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemenpemasaran/article/view/1791>)
- Khairul Amri (2013) Faktor-Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen Surat Kabar Harian Indonesia di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ekonomi Manajemn dan Bisnis* Vol. 1 No. 1 : 229-242 (online) (diakses ressMinggu,9 April 2017
- <http://amriconsulting.files.wordpress.com/2013/04/jurnal-7-perilaku-konsumen-surat-kabar-Khairul-Amri.pdf>)