



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TABLOID OLAH RAGA BOLA
DI KOTA PADANG**


Oleh :

OKTRI VINANDA
06 954 045

Mahasiswa Program S-1 Jurusan Manajemen

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat – Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG
2011**

	No.Alumni Universitas	OKTRI VINANDA	No.Alumni Fakultas
	BIODATA		
a). Tempat/Tgl lahir: Padang, 05 Oktober 1984 b). Nama Orang Tua: H. Amas, Hj. Marlina c). Fakultas: Ekonomi d). Jurusan: Manajemen e). No. Bp: 06 954 045 f). Tgl Lulus: 22 Januari 2011 g). Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h). IPK: i). Lama Studi: 4 tahun 5 bulan j). Alamat Orang Tua: Jl. Pinus 1 No. 2 Khatib Sulaiman.			

PENGARUH PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TABLOID OLAH RAGA BOLA DI KOTA PADANG


Skripsi S1 Oleh: Oktri Vinanda, Pembimbing: DR.Ratni Prima Lita, SE, MM

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. Satuan unit/obyek analisis penelitian ini adalah konsumen atau pembeli dan pembaca Tabloid Olah Raga BOLA di Kota Padang. Data diperoleh dari data sekunder yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner terhadap 97 orang responden. Data dianalisis menggunakan analisis data, uji normalitas, uji hipotesis yang meliputi uji R^2 , Uji R, Uji F dan Uji T. Dari hasil penelitian diketahui bahwa baik secara parsial dan simultan persepsi dan sikap konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Tabloid Olah Raga BOLA di Kota Padang. Manfaat penelitian ini dapat dipakai sebagai informasi dalam usaha untuk meningkatkan volume penjualan melalui perilaku konsumen

Keyword: Persepsi konsumen, sikap konsumen, keputusan pembelian

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada 22 Januari 2011. Abstrak telah disetujui oleh penguji :

Tanda Tangan	1. 	2.	3.
Nama Terang	DR. Ratni Prima Lita, SE, MM	Hendra Lukito, SE, MM	Yanti, SE, MM

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen : DR. Harif Amali Rivai, SE, MSI _____
NIP. 197102211997011001 Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas Andalas dan mendapat nomor Alumnus:

	Petugas Fakultas / Universitas Andalas	
No. Alumni Fakultas:	Nama:	Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas:	Nama:	Tanda Tangan:

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha dewasa ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang pasar. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pebisnis semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target penjualan. Mengingat, perkembangan teknologi yang makin dinamis, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pebisnis semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan (Wahyuni, 2008), dengan demikian, setiap perusahaan tersebut memiliki organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya.

Kondisi yang selalu berubah mengakibatkan para pemasok mengalami kesulitan di dalam membentuk dan menciptakan pelanggan yang loyal. Perubahan dari kondisi ini juga mengakibatkan terjadinya pergeseran dari perekonomian diantaranya seperti (1). Dari produksi yang mengandalkan kemajuan teknologi beralih pada kepuasan konsumen yang mengutamakan pelayanan. (2). Dari konsumsi yang menekankan pada kepuasan beralih ke konsumsi yang menekankan pada pelestarian lingkungan, pemanfaatan sumber daya secara efisien, pencegahan polusi, dan daur ulang. Dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah (Kotler, 2000).

Dalam keputusan membeli barang konsumen seringkali ada lebih dari dua pihak yang terlibat dalam proses pertukaran atau pembeliannya. Umumnya ada lima macam peranan yang dapat dilakukan seseorang. Ada kalanya kelima peran ini dipegang oleh satu orang. Namun, seringkali peranan tersebut dilakukan oleh beberapa orang. Pemahaman mengenai masing-masing peranan ini sangat berguna dalam rangka memuaskan kebutuhan konsumen dan keinginan konsumen. Kelima peran tersebut meliputi, pemrakarsa (initiator), pemberi pengaruh (influencer), pengambilan keputusan (decider), pembeli (buyer), pemakai (user) (Kotler, 2005). Perilaku konsumen lain yang mesti dicatat adalah masalah pengambilan keputusan dalam pembelian. Pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian motor bebek diwarnai oleh pertimbangan rasional yang sangat bertumpu pada functional benefit. Sisi ekonomis menjadi pertimbangan utama sebagai pembentuk loyalitas. Reseller market sangat menentukan loyalitas ini. Mereka dapat mengabaikan kenyamanan, demi nilai ekonomis ini (Susanto, 2006).

Indonesia dikenal sebagai negara dengan penduduk yang mempunyai penggemar olah raga sepak bola yang sangat banyak. Oleh sebab itu begitu banyak kita jumpai berbagai klub amatir maupun professional di tanah air. Pada saat ini sepakbola bukan hanya menjadi sebagai sebuah olah raga atau hobi, akan tetapi pada saat ini sepak bola telah menjadi sebuah komoditi bisnis yang sangat menguntungkan. Salah satu komoditi bisnis yang mengatasnamakan sepak bola adalah tabloid sepakbola. Tercatat hingga saat ini telah ada lebih dari 25 tabloid sepak bola yang bertajuk nasional maupun daerah. Selain itu sepakbola merupakan tayangan olah raga yang senantiasa menghiasi layar kaca masyarakat

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi yang diukur dari Layanan kotak suara, Penampilan tabloid, Ketahanan kertas tabloid dan Jangka waktu penggunaan tabloid mempengaruhi keputusan pembelian tabloid olah raga bola di kota padang.
2. Sikap yang diukur Trend desain tabloid , model desain tabloid, kombinasi warna yang digunakan dalam mendesain tabloid, Desain logo sesuai dengan yang diinginkan serta Model tampilan bacaan yang bervariasi mempengaruhi keputusan pembelian tabloid olah raga bola di kota padang.

5.2 Implikasi Terhadap Perusahaan

Berdasarkan hasil penemuan empiris yang telah dibahas dalam bab sebelumnya menunjukkan bahwa perusahaan perlu memperhatikan hal-hal seperti di bawah ini untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam membeli tabloid olah raga bola di kota padang, yaitu :

1. Persepsi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli tabloid olah raga bola di kota padang, sehingga dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam membeli tabloid olah raga bola di kota padang, perusahaan pembuat tabloid olah raga bola harus terus memperbaiki layanan kotak suara disebabkan layanan kotak suara jarang digunakan, penampilan tabloid dilihat dari segi desain agar lebih dibuat kreatif sehingga bertambah keinginan konsumen untuk

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini. 1998. Metode penelitian, suatu pendekatan prkatek, Jakarta :
rineka cipta
- Engel, James F, Roger D. Blackwell dan Paul Miniard., (1994), Perilaku
Konsumen, Edisi ke enam, Diterjemahkan Oleh Budianto, Binarupa
Aksara, Jakarta
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management "Analysis, Planning,
Implementation and Control"* (9-th Ed.), New Jersey: Prentice Hall,
International, Inc.
- Kotler, Philip. 2000, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi kesebelas. Penerbit
PT. Intan Sejati. Klaten pemakai (user) (Kotler, 2005).
- Kotler, Philip. 2002, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*, Prehalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip., 2006, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks
- Mowen, John C., dan Michael Minor, 2002, *Perilaku Konsume*, Edisi Kelima,
Alih Bahasa: Lina Salim, Penerbit Erlangga: Jakarta
- Nugroho, B.A. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan
SPSS*. Yogyakarta : Andi Offset
- Noorhuda muchsin, SM Kiptiyah, Suradi Martawidjaja. (2002), Analisis Sikap
Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Sanex
Dan Kanzen Di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Fakultas
Ekonomi Universitas Brajaya Malang*.
- Robbin, Stephen, 2003, *Perilaku Organisasi*. Jilid I. Jakarta : PT. INDEKS
Kelompok Gramedia
- Robbin, Stephen. 2006, *Perilaku Organisasi*, 2006 *Perilaku Organisasi*,
PT.Indeks, Kelompok Gramedia
- Tjiptono, Fandy,2001. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*,
Jogjakarta, Penerbit Andi.
- Schiffman, Leon G. Dan Leslie Lazar Kanuk. 2000, *Consumre Behaviour*, 7th
Edition, Prentice Hall Inc, Upper Saddle River, New Jersey.
- Simamora, Bilson, 2002, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Penerbit: PT.
Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.