

## RINGKASAN

Pengaruh Faktor-faktor persepsi konsumen terhadap perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk adalah marketing mix, environmental dan buyer characteristics. Adapun dalam produk surat kabar yang relevan mempengaruhi adalah faktor marketing mix dan buyer characteristics yang diuraikan dalam beberapa variabel. Variabel tersebut adalah merek surat kabar, kualitas surat kabar, pelayanan, jasa iklan, harga, promosi, distribusi, pendapatan dan keyakinan. Atas dasar tersebut judul dalam penelitian ini adalah “ Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Persepsi Konsumen Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Surat Kabar Di Kotamadya Surabaya “ ( Studi Kasus Pembelian Langganan dan Eceran Surat Kabar Jawa Pos dan Surya ).

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor merek surat kabar, kualitas surat kabar, pelayanan, jasa iklan, harga, promosi, distribusi, pendapatan dan keyakinan terhadap perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian surat kabar (Jawa Pos dan Surya) baik secara simultan maupun parsial. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui perbedaan antara perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian cara langganan dengan cara eceran pada kedua surat kabar tersebut. Disamping itu juga perbedaan antara perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian surat kabar Jawa Pos dan Surya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode cluster proporsional judgment sampling. Dari lima bagian wilayah yang ada dijadikan sebagai cluster kemudian diproporsi berdasarkan jumlah penduduk, sehingga terjadi pemerataan yang seimbang jumlah responden masing-masing cluster. Adapun jumlah responden mengacu pada pendapat sample hendaknya jangan kurang dari 30. Dengan demikian ditentukan sebanyak 500 responden yang terdiri dari 250 responden Jawa Pos dan 250 responden Surya.

Untuk menganalisis penelitian ini digunakan regresi linier berganda dalam rangka menguji hipotesis kesatu sampai keempat. Sedangkan Uji beda dua rata-rata sample independen digunakan untuk menguji hipotesis kelima sampai ketujuh.

Hasil analisis yang dilakukan, dimana secara bersama-sama faktor merek surat kabar, kualitas surat kabar, pelayanan, jasa iklan, harga, promosi, distribusi, pendapatan dan keyakinan berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian surat kabar Jawa Pos. Demikian juga pengaruh bersama-sama faktor merek surat kabar, kualitas surat kabar, pelayanan, jasa

iklan, harga, promosi, distribusi, pendapatan dan keyakinan berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian surat kabar Surya. Untuk Jawa Pos ditunjukkan dengan nilai dari  $F_{hitung} = 27,813 > F_{tabel} = 1,83$ , Sedangkan untuk Surya dimana  $F_{hitung} = 26,408 > F_{tabel} = 1,83$ .

Untuk menguji variabel mana yang mempunyai pengaruh dominan dilakukan uji secara parsial. Kualitas surat kabar merupakan variabel independen yang mempunyai pengaruh dominan diantara variabel-variabel lainnya. Hal ini terjadi pada kedua surat kabar Jawa Pos dan Surya. Adapun besar nilai dari variabel kualitas surat kabar Jawa Pos adalah  $t_{hitung} = 5,638$  dan  $r = 0,341$ . Sedangkan nilai dari variabel kualitas surat kabar Surya  $t_{hitung} = 6,760$  dan  $r = 0,399$ .

Perhitungan uji beda dua rata-rata sample independen menghasilkan, dimana terdapat perbedaan antara perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian Jawa Pos cara langganan dan cara eceran. Hal ini berdasarkan pada perhitungan dimana  $t_{hitung} = 3,340 > t_{tabel} = 1,960$ . Adapun untuk surat kabar Surya juga terdapat perbedaan antara perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian cara langganan dan cara eceran. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} = 5,498 > t_{tabel} = 1,960$ . Sedangkan perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian surat kabar Jawa Pos dan Surya tidak terdapat perbedaan berdasarkan  $t_{hitung} = 0,141 < t_{tabel} = 1,960$ .