

ABSTRAK

Industri penerbitan majalah cetak merupakan bisnis yang mengandalkan revenue dari pendapatan iklan dan sirkulasi, baik langganan maupun retail. Seiring cepatnya perkembangan media online, majalah cetak mengalami tekanan besar. Sehingga hampir semua majalah mengalami penurunan pendapatan dari kedua sumber reventuennya. Sementara di sisi lain kehadiran media online yang diduga menggerogoti revenue majalah cetak, pendapatannya relative masih kecil hanya sekitar 10 % dibanding media cetak walau angka pertumbuhannya dari tahun ke tahun secara persentase cukup signifikan. Karena itu, walaupun trendnya dalam beberapa tahun terakhir terus menurun, para penerbit majalah cetak masih mengandalkan bisnis majalah cetak sebagai penyumbang revenue yang jauh lebih besar, sambil mengembangkan bisnis media digitalnya.

Beberapa kajian teori dan penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa untuk mempertahankan bisnis majalah cetak penerbit harus lebih memperbesar jumlah pelanggannya dibanding pembeli retail. Karena dengan semakin besarnya jumlah pelanggan penerbit lebih memiliki kepastian reventuennya dalam jangka panjang dan lebih stabil. Dari sisi itulah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi pembaca majalah untuk berlangganan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan mengandalkan survey lewat kuesioner. Alat bantu pengolahan data menggunakan Excell, SPSS 16 dan *Structural Equation Model* (SEM).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pembaca majalah berita untuk berlangganan adalah kualitas layanan penerbit majalah. Kemudian secara berurutan diikuti faktor kualitas fisik majalah, kualitas layanan customers services, kualitas konten, reputasi dan brand, faktor harga, obyektivitas pemberitaan dan promosi. Dari 8 faktor yang terbentuk faktor kualitas layanan menjadi faktor yang paling dominan mempengaruhi pembaca majalah berita untuk berlangganan.

Kata kunci: pembaca majalah, pelanggan, berlangganan, kualitas layanan

ABSTRACT

Print magazine publishing industry is a business that relies on advertising and circulation revenue from both subscription and retail. As the rapid development of online media, print magazine under pressure. So almost all magazines decreased revenue from both sources revenue. While on the other hand the presence of online media that allegedly undermined the print magazine revenue, revenue is still relatively small, only about 10% compared to the print media. Although the figure percentage growth from year to year is quite significant.

Therefore, although the trend in recent years continues to decline, the print magazine publishers still rely on print magazines business that generates greater revenue, while developing its digital media business.

Several theoretical studies and previous research revealed that to maintain the print magazine business, publishers should further enlarge the number of customers compared to retail buyers. Because with the growing number of customers have the assurance revenue publishers more in the long run and more stable. For this reason, this study aims to determine the factors that affect the magazine readers to subscribe. The method used is quantitative approach by relying on the survey through questionnaires. Tools data processing using Excel, SPSS 16 and Structural Equation Model (SEM).

Results of this study for readers who subscribe, demonstrate that the factors of service quality magazine publishers become the most dominant factor influencing the magazine readers to subscribe. Then sequentially followed, customer services quality, physical magazine quality, corporate reputation and brand, price, objectivity, and promotion.

Keywords: magazine readers, subscribers, subscription, service quality