

## DAFTAR ISI

Halaman Dewan Penguji .....	ii
Pernyataan Keaslian Thesis .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Abstrak .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix

### BAB. 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penulisan.....	7
1.4. LingkupTesis .....	7
1.5. Signifikansi Penelitian .....	7
1.6. Sistematika Penulisan .....	8

### BAB 2. KERANGKA TEORI DAN KONSEPTUAL

2.1. Majalah .....	10
2.2. Majalah Berita .....	12
2.3. Konsep Dasar Berlangganan .....	12
2.4. Model Bisnis Majalah Berlangganan.....	14
2.5. Proses Pengambilan Keputusan Consumers .....	15
2.6. Customer Satisfaction .....	16
2.7. Model Perilaku Konsumen Hawkins dan Mothersburg.....	17
2.8. Model Perilaku Konsumen Kotler dan Keller .....	20
2.9. Konsep danTeori Kualitas Produk.. ..	22
2.10. Persepsi Harga.....	23
2.11. Konsep Kualitas Layanan.....	25
2.12. Merk/ <i>Brand Name</i> .....	26
2.13. Packaging/ Kemasan Cover.....	27
2.14. Promosi .....	28
2.14. Iklan .....	28
2.15. <i>Theoretical Framework</i> .....	29

### BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian .....	31
3.2. Populasi dan Sampling .....	32
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.4. Operasionalisasi Variabel .....	37
3.5. Teknik Analisis Data .....	41
3.5.1. Uji Validitas.....	41
3.5.2. Uji Reliabilitas .....	42
3.5.3. Analisis Faktor. ....	43

BAB 4. ANALISIS DATA	46
4.1. Karakteristik Responden.....	47
4.1.1. Wilayah TempatTinggal .....	47
4.1.2. Jenis Kelamin .....	48
4.1.3. Usia .....	49
4.1.4. Media Tempat Melihat Iklan dan Promosi .....	50
4.1.5. Status Langganan .....	51
4.1.6. Majalah yang Dilanggan. ....	51
4.1.7. Lama Berlangganan .....	52
4.1.8. Intensi Berlangganan .....	53
4.1.9. Alasan Belum Berlangganan .....	54
4.1.10. Crosstab Demografi dengan Intensi berlangganan.....	55
4.1.11. Crosstab Demografi dengan Status Langganan .....	56
4.2. Uji Reliabilitas .....	57
4.3. Analisis Faktor (Validitas) .....	59
4.3.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembaca Majalah Berita untuk Berlangganan .....	61
4.3.2. Faktor paling Dominan Mempengaruhi Pembaca Majalah Berita untuk Berlangganan .....	70
4.4. Pembahasan .....	74
 BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan .....	78
5.1.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembaca Majalah Berita untuk Berlangganan .....	78
5.1.2. Faktor-paling Dominan yang Mempengaruhi Pembaca Majalah Berita untuk Berlangganan .....	80
5.2. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	84

## DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1.1. Penjualan Majalah Global .....	1
2. Gambar 1.2. Readership Majalah di Indonesia.....	1
3. Gambar 1.3. Pertumbuhan Iklan Media di Indonesia .....	2
4. Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen Hawkins dan Mothersbraugh .....	18
5. Gambar 2.2. Model <i>Consumer Behavior</i> Kotler dan Keller .....	21
6. Gambar 2.3. <i>Theoretical Framework</i> .....	30
7. Gambar 3.1. Kerangka Penelitian .....	35
8. Gambar 4.1. Tempat Tinggal Responden .....	47
9. Gambar 4.2. Jenis Kelamin Responden .....	48
10. Gambar 4.3. Usia Responden .....	49
11. Gambar 4.4. Majalah yang Dilanggan .....	52
12. Gambar 4.5. Lama Berlangganan .....	52
13. Gambar 4.6. Intensi Berlangganan .....	53
14. Gambar 4.7. Alasan Tidak Berlangganan .....	54
15. Gambar 4.8. <i>Standardized Loading Factor</i> .....	71
16. Gambar 4.9. T-Hitung .....	72

## DAFTAR TABEL

1. Tabel 4.1. Tempat Penyebaran Kuesioner .....	46
2. Tabel 4.2. Sumber Media melihat iklan/promosi Majalah .....	50
3. Tabel 4.3. Status Langganan .....	51
4. Tabel 4.4. Crosstab Demografi dengan Intensi Berlangganan.....	55
5. Tabel 4.5. Crosstab Demografi dengan Status Langganan .....	57
6. Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas Pre-test .....	58
7. Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas Sampel .....	58
8. Tabel 4.8. Penjelasan Variabel Penelitian Lengkap.....	60
9. Tabel 4.9. Uji Kesesuaian Factors Analysis .....	61
10. Tabel 4.10. Analisis Communalities Variabel Penelitian .....	62
11. Tabel 4.11. Uji Kesesuaian Factors (tanpa X5 dan X26).....	63
12. Tabel 4.12. Analysis Communitities (tanpa X5 dan X26).....	64
13. Tabel 4.13. <i>Total Variance Explained</i> (tanpa X5 dan X26).....	65
14. Tabel 4.14. Hasil Analisis Factor Variabel Penelitian.....	67
15. Tabel 4.15. <i>Outer Loading</i> Variabel Penelitian .....	73
16. Tabel 4.16. Kriteria <i>Goodness of Fit Model</i> .....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.Kuesioner Penelitian .....	89
Lampiran 2.Demografi Pembaca Majalah Berita Cetak .....	93
Lampiran 3.Crosstab Demografi dengan Status Berlangganan .....	97
Lampiran 4.Output Llsrell untuk Pembaca Majalah .....	102