

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN IKLAN KORAN RADAR MADIUN**

SKRIPSI



ARY KURNIAWATI

18240664

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2022

HALAMAN LOGO



**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN IKLAN KORAN RADAR MADIUN**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas – Tugas Akhir dan

Memenuhi Syarat – Syarat untuk Mencapai

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh :

ARY KURNIAWATI

18240664

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Ary Kurniawati/18240664 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk di uji.

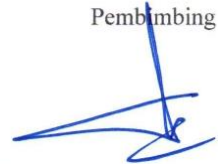
Ponorogo, 05 Juli 2022

Pembimbing 1



Krisna Megantari, S.Sos., MA
NIDN. 0724048604

Pembimbing 2



Oki Cahyo Nugroho, M. I. Kom.
NIDN. 0728018304

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Ary Kurniawati,

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada hari : Kamis

Tanggal : 14 Juli 2022

Pukul : 09.00-10.00 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji I



Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom

NIDN. 0728018304

Penguji II



Deny Wahyu Tricana, M.I.Kom

NIDN. 0707078204

Penguji III



Krisna Megantari, MA

NIDN. 0724048604

Mengetahui,

Dekan,



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D

NIK.19860325 201309 12

HALAMAN MOTTO

-Jika ingin semuanya terwujud maka jangan lupa bersujud-



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ary Kurniawati

Alamat : Jl. Soekarno-Hatta No. 371 Keniten Ponorogo

NIM : 18240664

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

“Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Iklan
Koran Radar Madiun

..

Adalah hasil observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan hasil karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 1 Agustus 2022



(Ary Kurniawati)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Iklan Koran Radar Madiun”.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam penyusunan skripsi ini tidak sedikit juga bantuan, arahan, saran, dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis menyampaikan terima kasih kepada

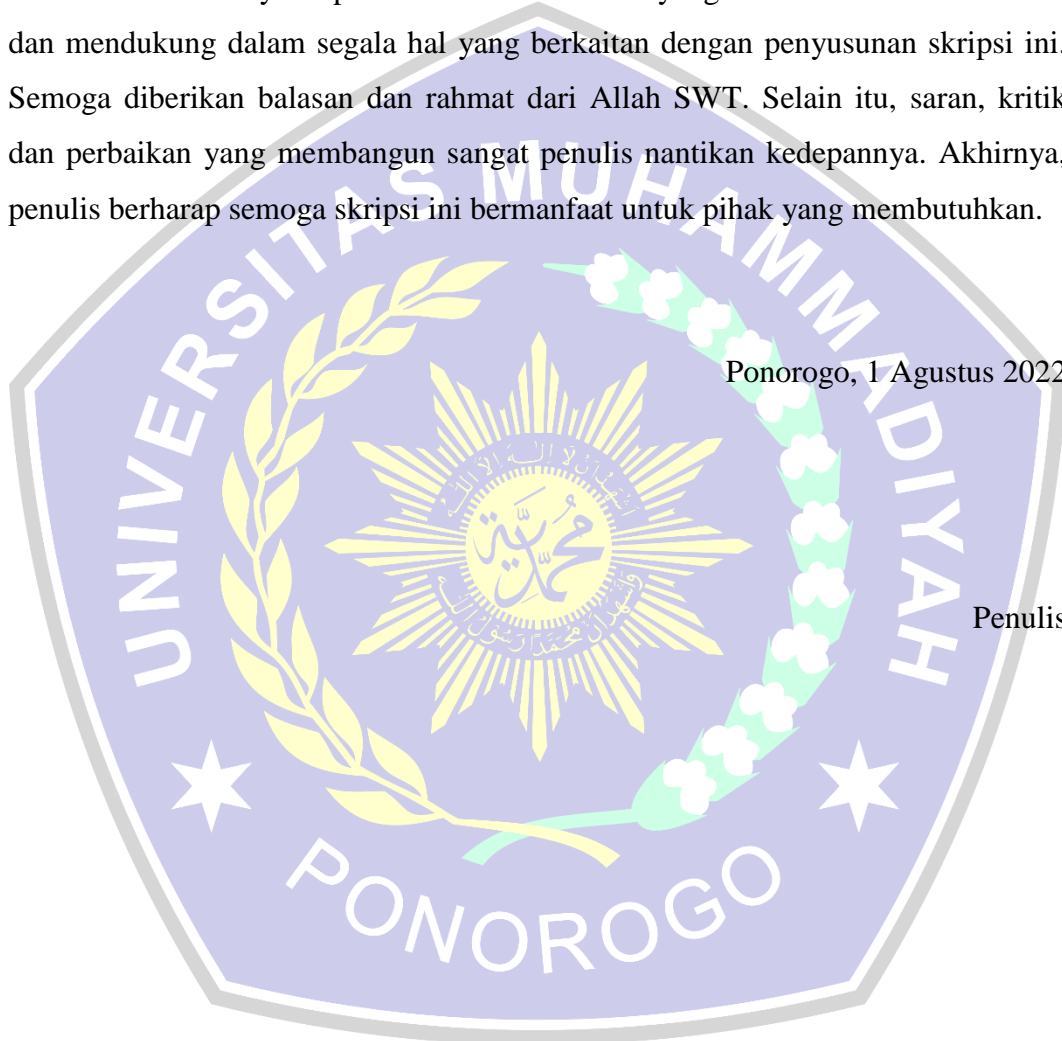
1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Megantari, M. A selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Segenap Dosen dan Karyawan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Segenap keluarga penulis yang sangat disayangi, terutama Bapak Slamet dan Ibu Jumiati yang senantiasa memberikan doa yang tulus, serta kakak-kakakku yang sangat penulis sayangi Kak Ayu, Kak Ilham, Kak Edy, Kak Frengky, Kak Atsna, terima kasih selama ini kalian selalu sabar dan memberikan motivasi buat penulis untuk segera lulus kuliah. Semoga dengan terselesaikannya skripsi ini memberikan sedikit kebahagiaan untuk kalian dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi.

5. Terima kasih kepada teman-temanku. Dita, Ratih, Clarisa, Chiang, Maya. Mega, Rifa, Yusnia. Dian, Villya, kalian selalu menjadi support sistem baik dalam keadaan susah maupun senang.
6. Terima kasih pada diriku yang sudah mampu melewati semua proses hingga titik ini, kamu hebat!

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah bersedia membantu dan mendukung dalam segala hal yang berkaitan dengan penyusunan skripsi ini. Semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu, saran, kritik dan perbaikan yang membangun sangat penulis nantikan kedepannya. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat untuk pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 1 Agustus 2022

Penulis

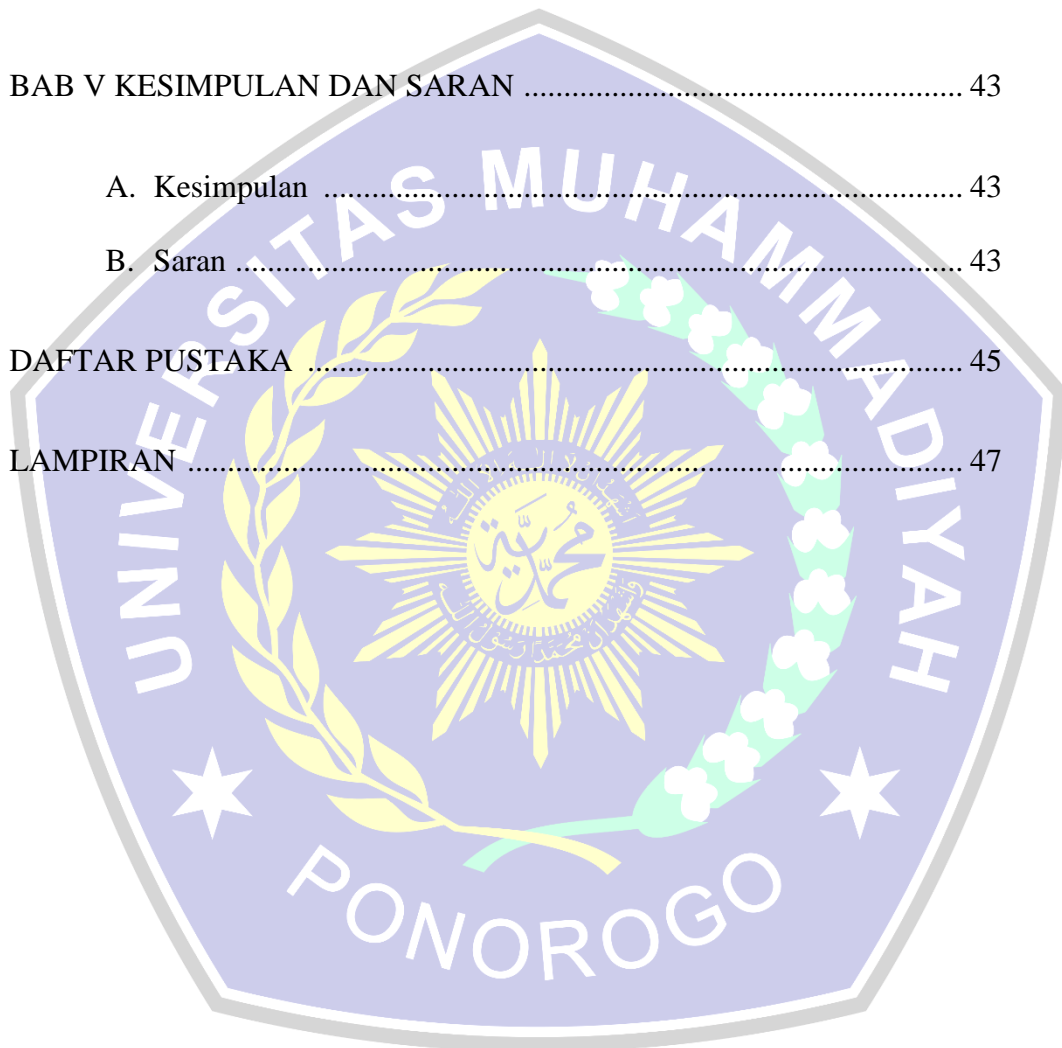


DAFTAR ISI

Halaman Logo.....	i
Halaman Judul	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Motto	v
Pernyataan Keaslian Karya Ilmiah	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
Abstract	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4

D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Kajian Teori	6
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Hipotesis	13
D. Kerangka Pemikiran	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
A. Tempat dan Waktu Penelitian	16
B. Jenis Penelitian	16
C. Pupulasi dan Sampel	16
D. Sumber Data	19
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	19
F. Teknik Pengumpulan Data	22
G. Skala Pengukuran Likert	22
H. Uji Validitas dan Reabilitas	23
I. Teknik Analisis Data	24
J. Hipotesis Statistik	25
BAB IV Hasil dan Pembahasan	27
A. Gambaran Umum	27
B. Karakteristik Responden	28
C. Deskripsi Variabel Responden	29

D. Uji Validitas dan Reabilitas	34
E. Analisis Regresi Sederhana	38
F. Uji Hipotesis	39
G. Koefisien Determinasi	41
H. Pembahasan	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	43
A. Kesimpulan	43
B. Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	47

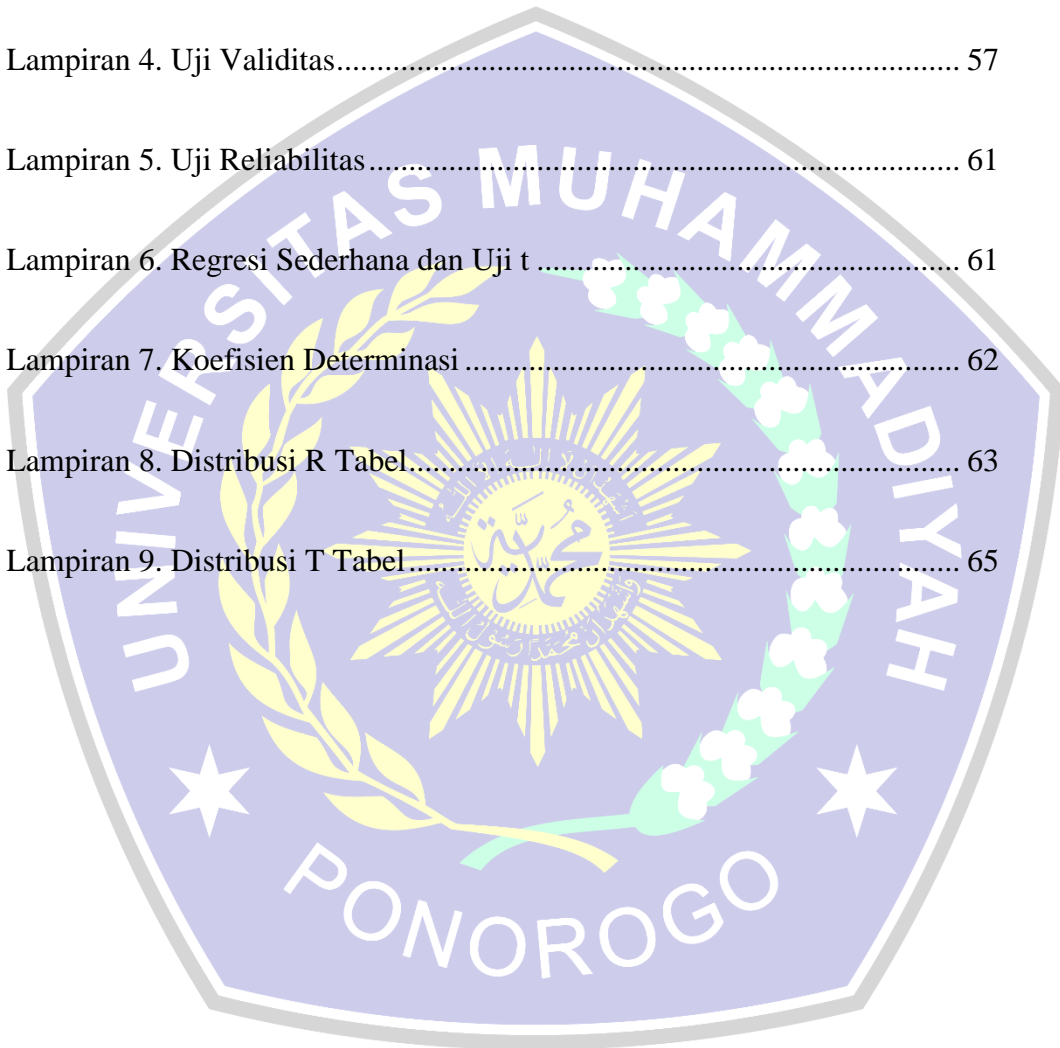


DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2. Definisi Operasional	21
Tabel 3. Skala Likert	23
Tabel 4. Jenis Kelamin Responden	28
Tabel 5. Umur Responden.....	29
Tabel 6. Jawaban Responden tentang Strategi Pemasaran.....	30
Tabel 7. Jawaban Responden tentang Kepuasan Pelanggan.....	33
Tabel 8. Uji Validitas Strategi Pemasaran	35
Tabel 9. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	36
Tabel 10. Uji Reliabilitas	37
Tabel 11. Analisis Regresi Sederhana.....	38
Tabel 12. Uji t	39
Tabel 13. Koefisien Determinasi.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian	47
Lampiran 2. Jawaban Responden.....	53
Lampiran 3. Deskripsi Responden.....	56
Lampiran 4. Uji Validitas.....	57
Lampiran 5. Uji Reliabilitas.....	61
Lampiran 6. Regresi Sederhana dan Uji t	61
Lampiran 7. Koefisien Determinasi	62
Lampiran 8. Distribusi R Tabel.....	63
Lampiran 9. Distribusi T Tabel.....	65



ABSTRAK

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN IKLAN KORAN RADAR MADIUN

Oleh

ARY KURNIAWATI

Semakin selektifnya pelanggan dalam memilih platform untuk mengenalkan bisnisnya kepada public membuat perusahaan Radar Madiun harus mengoptimalkan beberapa strategi pemasaran guna mempertahankan eksistensinya sebagai penyedia koran terbesar di Karesidenan Madiun di tengah persaingan industri media cetak yang tinggi menjadi latar belakang penelitian ini. Masalah yang muncul : Apakah terdapat pengaruh antara strategi pemasaran terhadap kepuasan pelanggan iklan koran harian Radar Madiun? Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap kepuasan pelanggan iklan koran harian Radar Madiun. Upaya menjawab permasalahan dan tujuan penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei untuk melakukan pembuktian apakah terdapat pengaruh strategi pemasaran terhadap kepuasan pelanggan iklan koran harian Radar Madiun . Objek penelitian adalah seluruh pembaca Harian Radar Madiun yang berjumlah 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasakan kepuasan terhadap strategi pemasaran yang disajikan Radar Madiun. Hal ini menandakan bahwa strategi pemasaran merupakan faktor yang diperhatikan oleh pelanggan dalam membentuk kepuasan pelanggan terhadap Harian Radar Madiun. Berdasarkan penelitian tersebut disarankan untuk Harian Radar Madiun untuk menjaga stabilitas dan kredibilitas sehingga pelanggan tetap setia memilih produk Radar Madiun sebagai platform favorit.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Harian Radar Madiun, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN IKLAN KORAN RADAR MADIUN

By

ARY KURNIAWATI

The more selective customers are in choosing platforms to introduce their business to the public, the more the Radar Madiun company must optimize several marketing strategies to maintain its existence as the largest newspaper provider in Madiun Residency amid high competition in the print media industry, which is the background of this research. Problems that arise: Is there an influence between marketing strategies and customer satisfaction in Radar Madiun's daily advertising? The purpose of the study was to determine the effect of the marketing strategy on customer satisfaction with Radar Madiun daily newspaper advertisements. Problems to be solved and research objectives to be achieved are carried out using quantitative methods with a survey approach to proving whether there is an influence of marketing strategy on customer satisfaction of Radar Madiun daily advertisements. The object of research is all readers of the Madiun Radar Daily, a total of 100 respondents. The results showed that most of the respondents felt satisfied with the marketing strategy presented by Radar Madiun. This indicates that the marketing strategy is a factor that is considered by customers in shaping customer satisfaction with Radar Madiun Daily. Based on this research, it is recommended for Madiun Daily to maintain security so that loyal customers choose Radar Madiun products as their favorite platform.

Keywords: Marketing Strategy, Daily Radar Madiun, Customer Satisfaction

