

Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Majalah Wanita Islam (Studi Kasus : Majalah Paras)

Ulfa Febriany, Author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20462177&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Saat ini seiring dengan perkembangan trend busana muslim, majalah wanita Islam pun mengalami perkembangan yang signifikan. Pasar majalah wanita khususnya majalah wanita Islam semakin marak dengan hadirnya pemain-pemain baru dalam bisnis ini. Dengan mengusung berbagai atribut dan inovasi penerbitan yang semakin menarik, menjadi sebuah tantangan bagi majalah yang hadir lebih dahulu seperti Majalah Paras untuk dapat mempertahankan loyalitas konsumennya ditengah persaingan dengan pemain-pemain baru tersebut.

Keputusan untuk membeli sebuah majalah wanita Islam akan berubah dengan cepatnya sejalan dengan cepat berubahnya kebutuhan informasi konsumen akan dunia wanita. Oleh karena itu perlu diketahui atribut-atribut apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih sebuah majalah wanita Islam dan pada akhirnya membentuk persepsi konsumen terhadap majalah wanita Islam tersebut. Untuk itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu: (1) mengetahui atribut atribut apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih majalah wanita Islam, (2) mengetahui persepsi konsumen terhadap majalah wanita Islam Paras didasarkan pada atribut - atribut yang terdapat dalam produk majalah tersebut, dan (3) memberikan saran untuk perencanaan strategi pemasaran lebih lanjut bagi penerbit majalah wanita Islam Paras.

Metode penelitian yang diterapkan adalah secara eksploratif melalui in-depth interview, dan secara deskriptif melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang dilakukan adalah analisis deskriptif, analisis asosiatif, analisis Thurston untuk melihat tingkat kepentingan atribut, dan analisis kuadran (importance-performance analysis) untuk melihat keterkaitan antara tingkat kepentingan suatu variabel dan kenyataan yang dirasakan oleh pelanggan.

Setelah melakukan penelitian eksploratori diperoleh 9 atribut utama yang menjadi pertimbangan dalam memilih majalah wanita Islam, yaitu cover/tampilan majalah, tata letak dan pengaturan isi majalah yang sesuai, tebal majalah/jumlah halaman, kemasan/ kualitas kertas, harga yang terjangkau, frekuensi penerbitan, isi berita/rubrik yang ditampilkan, kemudahan memperoleh majalah dan bonus/sisipan.

Dari hasil penelitian, secara umum persepsi pembaca terhadap keseluruhan atribut majalah Paras adalah baik dan bahkan terdapat atribut-atribut yang memiliki persepsi yang sangat baik. Untuk analisis tabulasi silang terdapat hubungan antara variabel demografi dengan variable persepsi terhadap atribut, sedangkan hasil tabulasi silang untuk variabel perilaku dengan variable persepsi terhadap atribut tidak terdapat hubungan yang signifikan. Selain itu analisis tabulasi silang dilakukan pada beberapa variabel yang diasumsikan memiliki hubungan namun hanya beberapa yang memiliki hubungan yang signifikan.

Berdasarkan analisis kuadran, atribut harga dan isi berita merupakan atribut yang paling penting dan menjadi dasar pertimbangan responden dalam membeli majalah. Akan tetapi performa majalah Paras untuk kedua atribut tersebut juga masih belum terlalu baik. Sedangkan atribut cover/tampilan muka serta kemudahan memperoleh majalah merupakan atribut yang penting dan performa majalah Paras untuk kedua atribut ini sudah baik. Untuk atribut tata letak dan pengaturan isi majalah, jumlah halaman dan frekuensi penerbitan kurang menjadi bahan pertimbangan bagi responden dalam membeli majalah dibandingkan harga dan isi berita. Responden juga menganggap bahwa performa majalah Paras untuk ketiga atribut ini masih kurang baik. Sedangkan untuk atribut bonus dan kualitas kertas yang digunakan masih dianggap kurang penting namun sudah sesuai dengan yang diharapkan.

Setelah melakukan penelitian eksploratori diperoleh 9 atribut utama yang menjadi pertimbangan dalam memilih majalah wanita Isl&m, yaitu cover/tampilan majalah, tata letak dan pengaturan isi majalah yang sesuai, tebal majalah/jumlah halaman, kemasan/ kualitas kertas, harga yang terjangkau, frekuensi penerbitan, isi beritalrubrik yang ditampilkan, kemudahan memperoleh majalah dan bonus/sisipan.

Dari hasil penelitian, secara umum persepsi pembaca terhadap keseluruhan atribut majalah Paras adalah baik dan bahkan terdapat atribut-atribut yang memiliki persepsi yang sangat baik. Untuk analisis tabulasi silang terdapat hubungan antara variabel demografi dengan variable persepsi terhadap atribut, sedangkan hasil tabulasi silang untuk variabel perilaku dengan variable persepsi terhadap atribut tidak terdapat hubungan yang signifikan. Selain itu analisis tabulasi silang dilakukan pada beberapa variabel yang diasumsikan memiliki hubungan namun hanya beberapa yang memiliki hubungan yang signifikan.

Berdasarkan analisis kuadran, atribut harga dan isi berita merupakan atribut yang paling penting dan menjadi dasar pertimbangan responden dalam membeli majalah. Akan tetapi performa majalah Paras untuk kedua atribut tersebut juga masih belum terlalu baik. Sedangkan atribut cover/tampilan muka serta kemudahan memperoleh majalah merupakan atribut yang penting dan performa majalah Paras untuk kedua atribut ini sudah baik. Untuk atribut tata letak dan pengaturan isi majalah. Jumlah halaman dan frekuensi

penerbitan kurang menjadi bahan pertimbangan bagi responden dalam membeli majalah dibandingkan harga dan isi berita. Responden juga menganggap bahwa performa majalah Paras untuk ketiga atribut ini masih kurang baik. Sedangkan untuk atribut bonus dan kualitas kertas yang digunakan masih dianggap kurang penting namun sudah sesuai dengan yang diharapkan.