

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK DEMOGRAFIS DAN PERSONALITAS KONSUMEN PADA SIKAP DAN MINAT BACA MEDIA CETAK DAN *ON LINE* KOMPAS

Maria Pratista Jayanti
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2011

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor demografi yaitu usia dan tingkat pendidikan, serta faktor *personality* yaitu keinovatifan yang mempengaruhi sikap dan minat baca pada media cetak dan *on line* Kompas oleh pembaca Kompas di Sleman Yogyakarta.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli-Agustus 2010 di Immanuel Agency Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan alat kuisioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan media cetak dan *on line* Kompas. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability purposive systematic sampling*. Dengan menggunakan teknik sampling di atas didapatkan 100 responden yang berlangganan media cetak dan mengakses media *on line* Kompas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dan analisis anova.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat keinovatifan mampu memberikan pengaruh pada sikap konsumen media cetak dan *on line* Kompas, namun pengaruh yang diberikan tidak cukup tinggi dan cenderung masih rendah untuk membentuk sikap yang positif pada konsumen media *on line*. Kelompok usia 46-55 tahun mempunyai rata-rata minat baca yang positif dan lebih tinggi pada media cetak, namun tidak berpengaruh terhadap minat baca kelompok usia 36-45 tahun dan 17-35 tahun. Sedangkan minat baca kelompok usia 36-45 tahun mampu memberikan pengaruh yang cukup tinggi dan positif terhadap minat baca kelompok usia 17-35 tahun. Tingkat pendidikan Pasca Sarjana mempunyai rata-rata minat baca yang berpengaruh positif dan lebih tinggi dibandingkan minat baca tingkat pendidikan Sarjana dan SMA khususnya pada bacaan media cetak. Dalam penelitian ini juga diketahui bahwa sikap konsumen pada media cetak dan *on line* berpengaruh positif terhadap minat baca, khususnya pada bacaan media cetak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor keinovatifan, usia, dan tingkat pendidikan konsumen berpengaruh positif terhadap sikap dan minat baca pada media cetak dan media *on line* Kompas, khususnya pada bacaan media cetak. Hasil penelitian yang positif menunjukkan mayoritas konsumen masih lebih sering membaca media cetak daripada *on line* Kompas.

ABSTRACT

**AN ANALYSIS ON THE EFFECT OF CONSUMERS' DEMOGRAPHIC
CHARACTERISTICS AND PERSONALITY ON ATTITUDES AND
INTENTION TO READ KOMPAS PRINTED AND KOMPAS ONLINE**

Maria Patista Jayanti
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2011

This research was aimed at determining the influences of demographic factors of age and education level and personality on attitudes and intention to read Kompas printed and Kompas online.

The research was conducted from July to August 2010. Data were collected using questionnaires. Population of the study is readers of printed and online Kompas media in Sleman, Yogyakarta. The sampling technique in this research is systematic probability sampling. The samples are 100 readers of Kompas. The data analysis techniques used were simple linear regression and ANOVA.

The results of this study showed that the level of innovativeness influences consumer attitudes toward printed and online Kompas. Age group of 46-55 had a more positive attitude on the printed media. Whereas, the age group of 36-45 exerted a greater and positive influence on intention to read. It was found that the consumers of postgraduate education level had a greater intention to read Kompas in comparison to those of graduate and senior high school levels of education. This research also found that the consumers' attitudes toward printed and online media exerted positive influences on intention to read. It was concluded that consumers' innovativeness, age, education level factors had positive influences on attitudes and intention to read printed and online Kompas.