

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MEMENANGKAN PERSAINGAN Studi Kasus pada PT Kompas Media Nusantara Cabang Yogyakarta

Heri Prasetio, Ho
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2002

Tujuan penelitian ini adalah pertama, untuk mengetahui sekelompok atribut produk apa saja yang tetap memberikan loyalitas kepada pelanggan surat kabar Kompas. Kedua, untuk mengetahui atribut produk apa yang menjadi prioritas utama/ paling penting bagi pelanggan untuk memberikan loyalitasnya terhadap Kompas. Ketiga, untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang tepat untuk diterapkan oleh Kompas Cabang Yogyakarta untuk dapat memenangkan persaingan. Penelitian ini adalah studi kasus pada Kompas Yogyakarta.

Data yang dicari adalah gambaran umum perusahaan PT Kompas Media Nusantara Jakarta, pendapat pelanggan terhadap atribut Kompas serta pendapat dan penilaian pimpinan dan staf Kompas Yogyakarta, yang keduanya diperoleh melalui kuesioner. Teknik analisis data masalah pertama dengan uji Cochran, masalah kedua dengan analisis indeks, dan masalah ketiga dengan analisis SWOT.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka didapat beberapa temuan sebagai berikut:

1. Sekelompok atribut yang membentuk loyalitas pelanggan adalah keaktualan dan ketajaman berita, kelengkapan berita, kualitas artikel (karangan/opini), dan berita yang dimuat dapat dipercaya.
2. Yang menjadi prioritas utama pelanggan untuk memberikan loyalitasnya pada Kompas adalah atribut keaktualan dan ketajaman berita.
3. Strategi yang tepat untuk diterapkan oleh Kompas Yogyakarta untuk memenangkan persaingan adalah strategi diferensiasi, yaitu menawarkan atribut-atribut unik kepada pelanggan yang berbeda dari pesaing.

ABSTRACT

AN ANALYSIS ON PRODUCT'S ATTRIBUTES INFLUENCE TOWARD CUSTOMER LOYALTY AND MARKETING STRATEGY PLANNING TO WIN THE COMPETITION

A Case Study At PT Kompas Media Nusantara Yogyakarta

**Heri Prasetio, HO
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2002**

The purpose of this research was to assess:

1. Which product attributes built customer loyalty at Kompas.
2. What attributes had the priority for the customer to read Kompas.
3. What marketing strategy was used by Kompas Yogyakarta to win the competition.

The data used by the research were the data regarding the general description of PT Kompas Media Nusantara Jakarta, the opinion of customer about the attributes of Kompas, and the opinion of management and staff of Kompas Yogyakarta. They were obtained by questionnaire. To answer the problems, the research employed for the first problem was used Cochran Q test, for the second problem was used index analysis and for the third problem was used SWOT analysis.

Based on the analysis of customers, management and staff responses, the research concluded that:

1. The group of attributes that built customer's loyalty were: the actuality and sharpness news, completeness of news, article quality, and also reliability of news.
2. The most important attributes for the customers of Kompas were actuality and sharpness news.
3. The appropriate strategy to win the competition was the differentiation strategy meaning providing unique attributes for the customers.