

ABSTRAK

Prasetya Dharmanagara, 2008, Pengaruh Program Periklanan *Western Union* Melalui Majalah Terhadap Loyalitas Pelanggan *Western Union* Di PT. BPR Nusamba Tanjungsari, di bawah bimbingan Ibu Dr. Anny Nurbasari, SE., MP.

Western Union merupakan perusahaan yang bergerak didalam bidang jasa pengiriman wesel. Didirikannya *Western Union* karena semakin banyaknya pengguna jasa dalam hal pengiriman wesel yang muncul berlomba untuk menarik konsumen dengan produk-produk yang ditawarkan, juga promosi-promosi yang dijalankan dalam berbagai macam jenis. Salah satunya adalah iklan, digunakan sebagai salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen akan produk-produk yang ditawarkan.

Periklanan yang baik akan dapat memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan adanya program periklanan dengan frekuensi yang sering akan menyebabkan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk/jasa.

Penelitian ini dilakukan di PT. BPR Nusamba Tanjungsari dengan menggunakan 100 responden. Berdasarkan hasil analisis penelitian awal peneliti memilih jasa *Western Union* sebagai jasa pilihan responden yang terbanyak. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan metode survei yang menyebarkan kuesioner pada responden untuk diisi.

Untuk menganalisa data hasil penelitian digunakan perhitungan analisis regresi linier sederhana. Dari penelitian diketahui persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 28,855 + 0,033 X$. Konstanta sebesar 28,855 berarti bahwa jika tidak ada program periklanan maka Loyalitas Pelanggan *Western Union* (*Loyalty*) adalah 28,855. Koefisien regresi sebesar 0.033 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 poin program periklanan, maka akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan *Western Union* sebesar 0.033 kemudian didapat besaran koefisien determinasi sebesar 0.03 yang artinya 3,00% dari loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh program periklanan, sisanya sebesar 97,00% mempunyai arti bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti harga, promosi, dan saluran distribusi.

Dilihat dari kesimpulan bahwa program periklanan dan loyalitas pelanggan dari tanggapan responden sudah sesuai dengan keinginan pelanggan *Western Union*. Ini dapat dari rata-rata jawaban secara keseluruhan bahwa responden menjawab lebih dari 50% bahwa jawaban responden sudah sesuai.

Kata Kunci : Periklanan di Majalah, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Prasetya Dharmanagara, 2008, The Influences of Advertising Program *Western Union* on Magazine into Loyalty Customer *Western Union* at PT. BPR. Nusamba Tanjungsari, under guidance Mrs. Dr. Anny Nurbasari, SE., MP.

Western Union is a company which do business in money transfer. *Western Union* exist because more and more the service company of the money transfer compete to customer interest about the product offers, and other promotion programs. Which one is advertising, this method can make the customer attention and satisfaction about the product offers.

The good advertising will be give the motivation to the customer to make the strongest relation with the company. In the longtime this relation can make the company precision to understand the hope of customer and the customer needs. In this case the company can increase the loyalty customer with upgrade their advertising frequency will be increase the loyalty customer about the product/ service.

The research do at PT. BPR. Nusamba Tanjungsari which using 100 respondent. The first base of research analysis result, the researcher select of *Western Union* service as a favourite company on money transfers. The character of this research is descriptive with the survey method, with distribute the questionnaires to be fill-in by the respondents.

The result of this research, the reasearcher use the simple linear regression method. From the research result is regression compression is $Y=28.855+0.033x$. The constanta is 28,855, it's means if don't advertising program so the loyalty customer of *Western Union* is 28,855. The result of regression coefficient is 0.033, it's means the advertising program is influence the loyalty customer is 3.00% and the 97.00% left is influence of the other variables, like safety, ontime, and the service of the officer.

So the conclution of advertising program and loyalty customer from the respondent reaction there are positive correlation with the customer *Western Union* wants. The average of respondent answer more than 50,00% is agree.

Key words: Advertising Program, Loyalty Customer

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1. Pemasaran	9
2.1.1. Pengertian Pemasaran	9
2.1.2. Bauran Pemasaran	10
2.1.3. Pengertian Periklanan	12
2.1.4. Jenis-jenis Periklanan	13
2.1.5. Karakteristik Periklanan	16
2.1.6. Daya Tarik Iklan	17
2.1.7. Fungsi Periklanan	18
2.1.8. Menentukan Tujuan Iklan	22
2.1.9. Pengukuran Efektivitas Periklanan	32
2.1.10. Elemen Periklanan	34
2.1.11. Periklanan Pada Majalah	39
2.1.12. Definisi Loyalitas Pelanggan	43

2.1.13. Prinsip-prinsip Dalam Loyalitas	50
2.1.14. Menjaga Loyalitas Pelanggan	51
2.1.15. Penggolongan Loyalitas Pelanggan	53
2.1.16. Pengaruh Program Periklanan Menggunakan Majalah Terhadap Loyalitas Pelanggan	54
2.2. Kerangka Penelitian	56
2.3. Hipotesis Penelitian	57

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	58
3.2. Metode Penelitian	60
3.2.1. Definisi Operasional Variabel	61
3.2.2. Jenis dan Sumber Data	62
3.2.3. Populasi dan Sampel Penelitian	63
3.2.4. Instrumen Penelitian & Skala Pengukuran	65
3.2.5. Uji Regresi Sederhana	66
3.2.6. Koefisien Determinasi	68
3.2.7. Pengujian Hipotesis	68
3.2.8. Uji Validitas dan Reliabilitas	69

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	76
4.1.1. Analisis Data Responden	76
4.1.2. Validitas dan Reliabilitas	83
4.1.2.1. Validitas dan Reliabilitas Program Periklanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	83
4.1.2.2. Hasil Pengujian Reliabilitas	85
4.2. Pembahasan	86
4.2.1. Pelaksanaan Program Periklanan di Majalah	86
4.2.2. Loyalitas Pelanggan	103

4.2.3. Pengaruh Program Periklanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	112
4.2.3.1. Perhitungan Koefisien Regresi	112
4.2.3.2. Pengujian Keberartian Koefisien Regresi	113
4.2.3.3. Perhitungan Koefisien Determinasi	114

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	118
5.2. Saran	121

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Profit Generator System	48
Gambar 2.2 The Four Type Of Loyalty	53
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Pengaruh Pelaksanaan Program Periklanan <i>Western Union</i> Melalui Majalah Terhadap Loyalitas Pelanggan ..	56

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Struktur PDB Menurut Lapangan Usaha Tahun 2003-2005	2
Tabel 3.1 Bobot Penilaian Menurut Skala Likert	66
Tabel 3.2 Operasional Variabel	71
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	77
Tabel 4.2 Usia	78
Tabel 4.3 Profesi	79
Tabel 4.4 Tingkat Pendapatan.....	80
Tabel 4.5 Frekuensi penggunaan Produk/Jasa	81
Tabel 4.6 Sumber Informasi Produk/Jasa	82
Tabel 4.7 KMO AND Bernett's Test	83
Tabel 4.8 <i>Rotated Component Matrix(a)</i>	84
Tabel 4.9 <i>Reliability Statistic</i>	85
Tabel 4.10 Format iklan <i>Western Union</i> Sesuai Dengan Tujuan Iklan	86
Tabel 4.11 Tampilan Warna Iklan <i>Western Union</i> Sesuai Dengan Tujuan Iklan	87
Tabel 4.12 Waktu Peredaran Iklan <i>Western Union</i> Sesuai Dengan Iklan	88
Tabel 4.13 Kesesuaian Proses Yang Lama Dalam Pembuatan Iklan Dengan Tujuan Iklan	89
Tabel 4.14 Iklan <i>Western Union</i> Mengenai Ketepatan Waktu Peredaran Di Majalah	90
Tabel 4.15 Iklan <i>Western Union</i> Sudah Mampu Menembus Pasar Yang Di Tuju	91
Tabel 4.16 Iklan <i>Western Union</i> Mampu Diterima Pembaca	92
Tabel 4.17 Iklan <i>Western Union</i> Mampu Dipercaya Pembaca	93
Tabel 4.18 Iklan <i>Western Union</i> Sering Dibaca Setiap Hari	94

Tabel 4.19	Daya tahan kertas Iklan <i>Western Union</i>	95
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Mengenai Tampilan Teks	96
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Kertas Majalah Dengan Tampilan	97
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Tinta Iklan <i>Western Union</i>	98
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Warna Iklan <i>Western union</i>	99
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Mengenai Iklan <i>Western Union</i> Mampu Dibaca Masyarakat Luas	100
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Mengenai Rangsangan Tampilan Iklan <i>Western Union</i>	101
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Mengenai bahasa Iklan <i>Western Union</i>	102
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Jasa <i>Western Union</i> Jika Ada Jasa Baru Yang Ditawarkan	103
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Ulang Produk/jasa <i>Western Union</i>	104
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Ulang Produk/Jasa <i>Western Union</i> Walaupun Harga Yang lebih Mahal	105
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Mengenai Mereferensikan Produk/Jasa <i>Western Union</i> Kepada Orang Lain	106
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Mengenai Perasaan Senang Ketika Orang lain Menggunakan Produk/Jasa <i>Western Union</i>	107
Tabel 4.32	Tanggapan Responden mengenai Meyakinkan Orang Lain Untuk Menggunakan Produk/Jasa <i>Western Union</i>	108
Tabel 4.33	Tanggapan Responden Mengenai Menolak Produk/Jasa Selain <i>Western Union</i>	109
Tabel 4.34	Tanggapan Responden Mengenai <i>Western Union</i> sebagai Jasa Pengiriman Wesel Terbaik	110

Tabel 4.35	Tanggapan Responden Mengenai Menolak Mencoba Produk/Jasa lain	111
Tabel 4.36	<i>Coefficients(a)</i>	112
Tabel 4.37	ANOVA (b)	114
Tabel 4.38	<i>Model Summary</i>	114

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran I

- Riwayat Hidup
- Surat Perjanjian
- Berita Acara Bimbingan

2. Lampiran II

- Kuesioner

3. Lampiran III

- Data Mentah

4. Lampiran IV

- Hasil Analisis