

Pengaruh Kualitas Produk dan Periklanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Harian Surat Kabar Suara Merdeka (Studi Kasus di Kecamatan Ngaliyan Semarang)

**Yucha Udi Sasotyo
D2D303391**

Abstract

Customer satisfaction is the main factor to attract more subscribers. Customer satisfaction is a function of view of product performance and customer expectations. The increased intensity of competition and number of competitors in the era of free trade requires every company to always consider the needs and desires of their customers. In this study, variable quality of products and advertising plays an important role in the creation of customer satisfaction. Mass media companies trying to improve customer satisfaction by maintaining the product quality in order to stay well and do advertising to consumers in accordance with the target market segment and product characteristics. The purpose of this study is to determine the effect of Advertising on Product Quality and Customer Satisfaction Suara Merdeka Daily Newspapers in the District Ngaliyan, to analyze the effect of Advertising on Product Quality and Customer Satisfaction Suara Merdeka Daily Newspapers in the District Ngaliyan.

This type of research is explanatory research, consumer sample with 100 people Suara Merdeka Daily Newspapers by making random sampling technique. The technique of collecting data through questionnaires. Data were analyzed qualitatively and quantitatively by using a cross table analysis, simple and multiple linear regression, and hypothesis testing using the T test and F test with SPSS version 13.

From the statistical calculation known simple linear regression equation between quality products with customer satisfaction is $Y = 5.677 X1 - 0.376$. From these equations revealed that the influence of product quality to customer satisfaction. Simple linear regression equation between advertising with customer satisfaction is $Y = 4.814 X2 - 0.561$. From the equation, it was known that there is influence between advertising to customer satisfaction. Multiple regression equation between the quality of products and advertising with customer satisfaction, the calculations was $Y = 4.584 X1 - 0.267 - 0.208 X2$. From this equation it is known that the quality of products and advertising jointly influence customer satisfaction.

The conclusion is that the quality of products and advertising have a positive and significant impact on customer satisfaction. Recommendations that can be given to improving customer satisfaction is expected to improve the quality of the product on appearance / layout public daily Suara Merdeka served more attractive and eye catching so that readers can easily find the news you want, is expected to provide the news - news which is presented thoroughly. Hopefully, customers are able to fulfill the needs and desires of the information thoroughly and completely.

PENDAHULUAN

Surat kabar merupakan salah satu sumber informasi bagi masyarakat luas yang bersifat aktual dan faktual, sehingga berbagai macam informasi seperti masalah ekonomi, politik, sosial, hukum, kriminal, budaya, teknologi, olahraga ataupun hiburan tersaji didalamnya. Selain itu surat kabar mampu membentuk opini masyarakat serta sebagai alat pendidikan dan promosi. Surat kabar memiliki ciri kas yaitu berbentuk lembaran-lembaran kertas, berukuran tertentu dan memuat berita berbentuk tulisan atau simbol.

Perkembangan media informasi saat ini tumbuh dengan pesat, sehingga mengarah pada gejala persaingan yang sangat kuat di antara perusahaan-perusahaan, hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan media informasi baik yang berbentuk surat kabar (koran, majalah dll) atau media elektronik (audiovisual) seperti radio, televisi, dan *internet* dengan visi, misi, serta karakteristik yang berbeda-beda dan dengan pangsa pasar yang berbeda pula. Semakin ketatnya persaingan yang terjadi diantara perusahaan tersebut, semakin membuat perusahaan untuk selalu melakukan perubahan-perubahan di dalam manajemennya.

Pada dasarnya tujuan dari organisasi bisnis adalah (1) memproduksi baik barang ataupun jasa (2) mencari keuntungan (3) berusaha memuaskan kebutuhan pelanggan. Schermerhorn berpendapat bahwa pada dasarnya tujuan dari suatu organisasi bisnis adalah memproduksi barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan pelanggannya (A Usmara, 2003:94).

Para ahli pemasaran percaya bahwa kepuasan terhadap merk merupakan akibat dari suatu percobaan awal sebuah produk yang diperkuat melalui keputusan pembelian akan mengarah pada pembelian berulang-ulang (Muyasaroh, 2001). Pembelian ulang dari konsumen tentu saja akan meningkatkan volume penjualan, dengan demikian akan berarti pula meningkatkan laba suatu perusahaan, maka penting bagi perusahaan untuk mengetahui apakah konsumen mempunyai kepuasan terhadap produknya atau tidak.

Seiring berjalannya waktu, perilaku konsumen mengalami banyak perubahan. Oleh karena itu, produsen perlu memantau dan menganalisis perilaku konsumen yang sering berubah-ubah. Menganalisis perilaku konsumen sangat bermanfaat bagi produsen, terutama dalam hal pengembangan kualitas produk yang sesuai dengan harapan pelanggan dan penentuan strategi periklanan. Semakin banyak produk yang ditawarkan di pasar akan menjadikan pelanggan semakin kritis dalam membandingkan kualitas produk dan promosi (periklanan) yang ditawarkan oleh perusahaan terhadap produk yang dipasarkannya.

Kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Kualitas produk didefinisikan sebagai satu dari alat untuk mencapai posisi produk, kualitas menyatukan tingkat kemampuan suatu produk tersebut dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. Dari sudut pandang konsumen, kualitas seringkali digunakan sebagai indikator nilai bagaimana kualitas tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas barang atau jasa yang dikonsumsi pelanggan.

Dalam hal kualitas terdapat nilai penting yang bisa menjadi tolak ukur sebuah produk yaitu mutu. Mutu merupakan jaminan kesetiaan pelanggan, pertahanan terbaik kita melawan pesaing dari luar dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng (Kotler, 1997:64). Sangatlah jelas bahwa mutu merupakan pilihan yang paling dominan bagi konsumen atas sikap dan kepuasan konsumen. Dalam hal ini kualitas produk yang akan digunakan adalah produk surat kabar, yaitu kumpulan berita, artikel, cerita, iklan, dan sebagainya yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran plano, terbit secara teratur, bisa setiap hari atau seminggu satu kali (Totok Djuroto, 2000:11). Produk yang akan digunakan pada penelitian adalah harian umum Suara Merdeka yang terbit secara rutin setiap hari terkecuali pada hari besar nasional.

Persaingan dalam kualitas produk antar perusahaan satu dengan lainnya adalah wajar karena pada dasarnya perusahaan mempunyai tujuan yang sama yaitu menarik konsumen agar mau membeli produk yang dihasilkan. Dimana dengan bentuk yang sama dan kualitas yang lebih tinggi dari perusahaan lain maka pelanggan akan cenderung memilih barang yang kualitasnya lebih baik. Biasanya standar kualitas produk telah ditentukan, dimana masing – masing perusahaan menetapkan standar produk yang berbeda – beda dengan perusahaan lain.

Periklanan juga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan. Betapapun berkualitasnya suatu produk, apabila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Periklanan adalah komunikasi non personal melalui beragam media yang dibayar oleh perusahaan-perusahaan bisnis, organisasi-organisasi non profit dan individu-individu, yang dalam beberapa cara memperkenalkan dalam pesan periklanan dan berharap untuk memberitahu atau membujuk anggota-anggota dari penerima pesan tertentu. (Dunn and Barban, 1996:7)

Perusahaan perlu melakukan periklanan, karena periklanan bertujuan memperkenalkan suatu produk baru, dimana tujuannya adalah membangun permintaan pokok atas kategori produk tersebut. Untuk mendorong pembelian. Iklan ini akan menjadi dominan jika produk tersebut mulai memasuki tahap pertumbuhan di dalam siklus kehidupan produk. Disini perusahaan dapat membangun preferensi merek, berusaha agar konsumen beralih ke merek perusahaan, mempersuasi konsumen agar membeli sekarang juga serta merubah persepsi konsumen terhadap atribut produk. Disamping itu, iklan bertujuan untuk mengingatkan, ini dilakukan terutama untuk mempertahankan merek produk di hati masyarakat, mengingatkan konsumen untuk menggunakan produk tersebut dan selalu ingat akan produk tersebut.

Pada hakikatnya periklanan adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2002:219).

Tujuan perusahaan adalah untuk memuaskan pelanggan karena hal ini merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Meskipun demikian tidaklah gampang untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Pelanggan yang dihadapi saat ini berbeda dengan pelanggan pada beberapa dasawarsa lalu. Kini pelanggan semakin ‘terdidik’ dan menyadari hak-haknya. Oleh karena itu dapat dipahami bahwa ada kalangan pakar pemasaran yang berpendapat bahwa tidak realistis bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada pelanggan yang tidak puas. Namun tentu saja setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor utama untuk menarik pelanggan lainnya. Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari pandangan terhadap kinerja produk dan harapan pelanggan. Dalam penelitian ini, variabel kualitas produk dan periklanan memegang peranan penting dalam penciptaan kepuasan pelanggan.

Perusahaan media massa berusaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara mempertahankan kualitas produk agar tetap baik dan melakukan periklanan kepada konsumen sesuai dengan target segmen pasar dan karakteristik produknya.

Pemberian kualitas produk yang berkualitas akan mendorong pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan yang kuat antara pelanggan dengan perusahaan membantu perusahaan dalam memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan pelanggan. Apabila perusahaan mampu memberikan kualitas produk yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan, maka perusahaan dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler kepuasan pelanggan adalah *“a person’s feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product’s received performance (or outcome) in relations to the person’s expectation”* perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan (Freddy Rangkuti, 2002:23).

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya menurut Kotler (A Usmara, 2003:95). Kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan merekomendasikan kepada orang lain. Sehingga banyak konsumen yang akan melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

PT. Suara Merdeka Press Semarang adalah salah satu perusahaan media dalam bentuk surat kabar berkomunitas di Jawa Tengah tepatnya berkantor di Kota Semarang yang memproduksi harian umum Suara Merdeka yang beredar setiap hari dan didistribusikan diseluruh wilayah Jawa Tengah. PT. Suara Merdeka Press Semarang berdiri sejak 1950, didirikan oleh H. Hetami. Dalam perkembangannya, jumlah pembaca/pelanggan mengalami peningkatan. Peningkatan ini pun tak luput dari pesaing – pesaing yang mencoba menguasai pangsa pasar dari perusahaan ini. Dalam bisnis surat kabar, khususnya harian umum Suara Merdeka sebagai media perekat komunitas Jawa Tengah, kualitas produk dan periklanan merupakan faktor penting dalam memberikan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan harapan penulis untuk mengetahui bagaimana sebenarnya pengaruh kualitas produk dan periklanan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun yang menjadi bahan/objek penelitian penulis adalah pelanggan yang menggunakan produk dari PT. Suara Merdeka Press Semarang yaitu produk koran harian umum Suara Merdeka.

Harian umum Suara Merdeka didistribusikan di Kota Semarang yang terdiri dari 16 kecamatan diantaranya: Mijen, Gunung Pati, Banyumanik, Gajah Mungkur, Semarang Selatan, Candi Sari, Tembalang, Pedurungan, Genuk, Gayamsari, Semarang Timur, Semarang Utara, Semarang Tengah, Semarang Barat, Tugu dan Ngaliyan.

Berdasarkan situasi dan kondisi yang dialami PT. Suara Merdeka Press Semarang maka pembatasan masalah hanya pada 2 faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan yaitu faktor kualitas produk dan faktor periklanan, maka penulis mengambil sebuah judul skripsi sebagai berikut: *“Pengaruh Kualitas Produk dan Periklanan terhadap Kepuasan Pelanggan Harian Surat Kabar Suara Merdeka (Studi Kasus di Kecamatan Ngaliyan Semarang)”*.

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan harian surat kabar Suara Merdeka.
2. Untuk mengetahui pengaruh periklanan terhadap kepuasan pelanggan harian surat kabar Suara Merdeka.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan periklanan terhadap kepuasan pelanggan harian surat kabar Suara Merdeka.

Kualitas Produk

Pengembangan produk pada umumnya bertujuan untuk mengusahakan peningkatan kualitas barang atau produknya. Perusahaan dalam meningkatkan kualitas produknya harus memperhatikan kualitas produk dan biaya promosi penjualan sehingga efektif dan efisiensi dapat tercapai. Perusahaan juga harus memperhatikan dan mengawasi setiap hal dan setiap kegiatan yang dapat mempengaruhi kualitas dari produknya mulai pembelian bahan baku sampai produk tersebut dikonsumsi oleh konsumen. Faktor yang mempengaruhi kualitas produk adalah proses produksi atau pembuatannya, aspek penjualan, perubahan permintaan konsumen dan peranan inspeksinya.

Kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri atau sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat (Philip Kotler, 1997:64). Sedangkan, produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Philip Kotler, 2003:54).

Kualitas produk yang berbentuk media massa cetak berupa produk surat kabar. Totok Djuroto (2002:11), mendefinisikan “surat kabar sebagai kumpulan berita, artikel, cerita, iklan yang dicetak dalam lembaran kertas berukuran plano, terbit secara teratur, bisa setiap hari atau seminggu sekali.

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian utama dari perusahaan atau produsen, karena kualitas produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Setiap perusahaan harus memiliki tingkat kualitas yang tinggi guna meningkatkan usaha dan mempertahankan posisi produknya dipasar. Dengan adanya kepuasan oleh konsumen, maka semakin baiklah posisi produk dalam persaingan, karena semakin diminati, dicari, dan diminta oleh konsumen (Sofyan Assauri, 1998).

Salah satu kelebihan surat kabar ialah mampu memberi informasi yang lebih lengkap, bisa dibawa kemana – mana, terdokumentasi sehingga mudah diperoleh bila diperlukan (Hafied Canggara, 2004:139).

Dalam pembuatan produk yang berkualitas tinggi tentunya perusahaan mempunyai tujuan – tujuan tertentu, tujuan tersebut antara lain:

- a. Meningkatkan volume penjualan
- b. Memberikan kepuasan kepada pelanggan
- c. Memenangkan persaingan

Kepuasan Pelanggan

Dalam menyelenggarakan layanan, provider harus selalu berupaya untuk mengacu kepada tujuan utama pelayanan yaitu kepuasan konsumen (Consumer Satisfaction). Seperti yang diketahui bahwa yang merasakan kepuasan suatu layanan hanyalah pembeli yang bersangkutan. Tingkat kepuasan yang diperoleh para pembeli itu biasanya sangat berkaitan erat dengan standar kualitas barang dan atau jasa yang mereka nikmati, serta layanan lain yang berupa layanan pra-jual, saat transaksi, dan purna jual. Padahal, standar kualitas antara produsen belum tentu sama dengan pembeli. Maka kebutuhan pembeli inilah yang harus diidentifikasi oleh perusahaan, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pembelinya.

Kotler (1997) memberikan definisi dari kepuasan adalah “Perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”.

Sedangkan Ratminto dan Atik (2006: 28) memberikan pernyataan kepuasan terkait dengan pelayanan yang tidak jauh berbeda dari kotler yaitu “kepuasan penerima pelayanan dicapai apabila, penerima pelayanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan”.

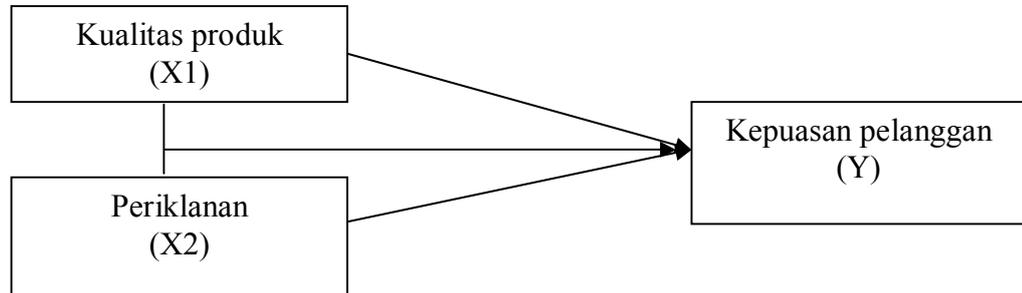
Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

:

1. Diduga ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan surat kabar Suara Merdeka.
2. Diduga ada pengaruh antara periklanan terhadap kepuasan pelanggan surat kabar Suara Merdeka.
3. Diduga ada pengaruh antara kualitas produk dan periklanan terhadap kepuasan pelanggan surat kabar Suara Merdeka.

Untuk lebih jelasnya disajikan skema hipotesis sebagai berikut :

Gambar 1.1 Model Hipotesis



Keterangan :

- X₁ = Kualitas Produk (Variabel Independent)
- X₂ = Peiklanan (Variabel Independent)
- Y = Kepuasan Pelanggan (Variabel Dependent)

Metode Penelitian

Tipe penelitian ini adalah bersifat *eksplanatory* yaitu tipe penelitian yang menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa dari hasil analisis data yang disajikan (Masri Singarimbun, 1989:57). Populasi penelitian adalah pelanggan yang berada di kecamatan Ngaliyan sebesar 5.854 pelanggan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling* yaitu dengan metode *Random sampling*. Jumlah sampel adalah 100 responden.

Adapun tehnik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Wawancara, Kuesioner, dan Studi Pustaka. Dalam penelitian ini digunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono 2004 : 86). Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Berganda.

Hasil

Berdasarkan data yang telah dijelaskan dan disajikan sebelumnya, maka dapat dibentuk tabel kategorisasi yang mencakup keseluruhan jawaban responden mengenai variabel kualitas produk yang telah diajukan.

Berdasarkan kategori di atas, berikut disajikan tabel kategori penilaian responden terhadap variabel kualitas produk :

Tabel 3.14
Kategori Penilaian Variabel Kualitas Produk

No	Kategori	Interval	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat tidak bagus	7 – 12,25	0	0
2	Tidak bagus	12,26 – 17,51	4	4
3	Bagus	17,52 – 22,77	21	21
4	Sangat bagus	22,78 – 28,03	75	75
	Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2010

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yaitu 75 % dari total responden berpendapat bahwa kualitas produk yang diberikan harian umum Suara Merdeka adalah sangat bagus, 21 % dari total responden menilai bahwa kualitas yang diperoleh tergolong bagus, sedangkan 4 % menyatakan bahwa kualitas produk tidak bagus.

Hal ini menggambarkan bahwa persepsi sebagian besar responden menilai bahwa kualitas produk harian umum Suara Merdeka adalah sangat baik, walaupun ada sebagian dari responden menyatakan kualitas produk harian umum Suara Merdeka tidak baik.

Adapun indikator dari kualitas produk yang dinyatakan tidak baik oleh responden antara lain: berita kurang tuntas, kualitas kertas terlalu buram, penampilan/tata letak terlihat biasa dan kurang menarik. Dari responden yang menyatakan kualitas produk harian umum Suara Merdeka adalah tidak baik, diharapkan perusahaan mendapatkan masukan yang berharga untuk perbaikan kualitas produk selanjutnya.

Sedangkan kategorisasi yang mencakup keseluruhan jawaban responden mengenai variabel periklanan yang telah diajukan adalah sebagai berikut: .

Tabel 3.20
Kategori Penilaian Variabel Periklanan

No	Kategori	Interval	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat tidak menarik	5 – 8,75	0	0
2	Tidak menarik	8,76 – 12,51	1	1
3	Menarik	12,52 – 16,27	21	21
4	Sangat menarik	16,28 – 20,03	78	78
	Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2010

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yaitu 78 % dari total responden berpendapat bahwa periklanan pada harian umum Suara

Merdeka adalah sangat menarik, 21 % dari total responden menilai bahwa periklanan yang ada di koran Suara Merdeka tergolong menarik, sedangkan 1 % responden menyatakan bahwa periklanan yang ada di Koran Suara Merdeka tidak menarik.

Berdasarkan data yang telah dijelaskan dan disajikan sebelumnya, maka dapat dibentuk tabel kategorisasi yang mencakup keseluruhan jawaban responden mengenai variabel kepuasan pelanggan yang telah diajukan sebagai berikut:

Tabel 3.25
Kategori Penilaian Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Kategori	Interval	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat tidak puas	4 – 7	0	0
2	Tidak puas	7,1 – 11	3	3
3	Puas	11,1 – 14	14	14
4	Sangat puas	14,1 – 17	83	83
	Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2010

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yaitu 83 % dari total responden memiliki kepuasan yang tinggi terhadap harian umum Suara Merdeka, 14 % responden memiliki kepuasan tinggi, dan 3 % responden memiliki kepuasan rendah.

Kondisi ini menggambarkan persepsi sebagian besar responden terhadap harian umum Suara Merdeka memiliki tingkat kepuasan yang tinggi, walaupun ada sebagian kecil responden yang memiliki tingkat kepuasan kurang tinggi dan rendah. Diharapkan perusahaan mendapat masukan untuk melakukan perbaikan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan antara lain untuk meningkatkan keyakinan bahwa harian umum Suara Merdeka merupakan produk yang dibutuhkan dan terbaik yang ada di Kota Semarang perlu dilakukan perbaikan terus menerus mengikuti kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Kesimpulan

Setelah melakukan pengolahan dan analisis data variabel kualitas produk, periklanan dan kepuasan pelanggan harian umum Suara Merdeka, maka dapat ditarik kesimpulan – kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang dihasilkan oleh Suara Merdeka termasuk sangat baik. Diukur dari kualitas kertas, kualitas gambar, kualitas cetak, tata letak (*layout*), keaktualan isi berita, kelengkapan isi berita, dan kualitas Informasi yang disajikan.
2. Periklanan yang dilakukan oleh Suara Merdeka termasuk sangat menarik. Diukur dari kejelasan informasi iklan, daya tarik iklan, frekuensi penayangan iklan, ketepatan media yang digunakan dan keragaman media iklan yang digunakan.

3. Responden merasa sangat puas terhadap harian Suara Merdeka. Diukur dari kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan akan informasi, keinginan untuk tetap berlangganan, merekomendasi kepada orang lain dan keinginan tidak pindah ke merk yang lain.
 4. Kualitas produk (X1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,376 dengan nilai konstanta 5,677. Dapat diartikan bahwa jika penilaian terhadap kualitas produk naik sebanyak 1 satuan maka akan menyebabkan peningkatan penilaian terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,376.
 5. Periklanan (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Koefisien regresi untuk variabel periklanan adalah sebesar 0,561 dengan nilai konstanta 4,814. Dapat diartikan bahwa jika penilaian terhadap periklanan naik sebanyak 1 satuan maka akan menyebabkan peningkatan penilaian terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,561
- Kualitas produk (X1) dan periklanan (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y). Pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas produk dan periklanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 61%, sedangkan sisanya 39% adalah pengaruh dari variabel lain.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat disampaikan kepada harian umum Suara Merdeka adalah sebagai berikut:

1. PT. Suara Merdeka Press diharapkan meningkatkan kualitas produk dari segi penampilan/tata letak harian Suara Merdeka supaya lebih menarik dan *eye catching* agar pembaca tertarik dan mudah mencari berita yang diinginkan.
2. PT. Suara Merdeka Press diharapkan menyajikan informasi yang akurat dan disajikan secara tuntas, sehingga kebutuhan tentang informasi pelanggan terpenuhi.
3. PT. Suara Merdeka Press diharapkan memperhatikan media iklan, bagaimana supaya menarik perhatian konsumen agar tidak terkesan monoton, seperti menambah variasi – variasi pada billboard, koran.