

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM DAN IDENTITAS RESPONDEN**

#### **PT. LONTAR MEDIA DIGITAL PRINTING SEMARANG**

##### **2.1. Sejarah Perusahaan**

Percetakan Lontar Media Group adalah salah satu unit usaha dari PT. UPGRI Semarang yang awalnya bergerak di bidang Percetakan & Digital Printing, sekarang sudah berkembang dengan bidang usaha lain, yaitu *Advertising*, Undangan, *Souvenir*, *Photocopy*, dan Konveksi.

Perusahaan resmi berdiri pada tanggal 12 Oktober 2011, yang diresmikan langsung oleh ketua YPLP PT. IKIP PGRI Semarang Drs. H. Sudharto, M.A. merupakan Unit Pelaksana Teknis (UPT) IKIP PGRI Semarang yang bergerak dibidang Percetakan & *Digital Printing*. Pada awal tahun 2014 perusahaan sudah berbadan hukum sendiri, artinya sudah mandiri lepas dari UPT Percetakan IKIP PGRI yang sekarang menjadi Universitas PGRI Semarang. Tepatnya Percetakan Lontar Media menjadi salah satu anak perusahaan PT. UPGRI Semarang. Di bawah PT. UPGRI Semarang, Percetakan Lontar Media mengembangkan usahanya dengan penambahan devisi baru, untuk penjualan ritel dan produk antara lain Undangan, *Souvenir*, ATK, *Photocopy*, dan Konveksi.

Tujuan utama didirikannya sebuah unit percetakan adalah untuk memenuhi seluruh kebutuhan cetak yang ada di lingkungan kampus dan kantor PGRI se-Jawa Tengah. Namun dalam perkembangannya percetakan dituntut untuk bisa mengerjakan semua jenis cetakan dan alat promosi, seperti kebutuhan

cetak dan promosi di lingkungan instansi, sekolah, serta masyarakat luas pada umumnya.

Mulai dari cetak brosur, poster, *flyer*, kalender, buku, jurnal, majalah, tabloid, *paper bag*, *goodie bag*, undangan, *wedding souvenir*, MMT, spanduk, baliho, umbul-umbul, *backdrop*, reklame, *neon box*, letter timbul, *sticker*, branding mobil, kaos, jaket dan lain-lain.

Percetakan Lontar Media group juga memiliki SDM yang unggul, profesional, dan berpengalaman di bidang percetakan, serta ditunjang oleh fasilitas mesin-mesin modern yang mampu bersaing dalam dunia percetakan. Disamping ditunjang dengan mesin-mesin yang canggih, Lontar Media juga menawarkan **jasa percetakan** dengan harga yang bersahabat dan kualitas terbaik.

## **2.2. Profil Perusahaan**

### **2.2.1. Kepemilikan Perusahaan**

Percetakan Lontar Media IKIP PGRI Semarang merupakan unit usaha PT. UPGRI Semarang, salah satu anak lembaga dari YPLP PT PGRI Semarang.

### **2.2.2. Lokasi dan Fasilitas Perusahaan**

#### **a. Lokasi Perusahaan**

Perusahaan berlokasi di Sampangan, tepatnya alamat percetakan di Jalan Lamongan Barat I No 11 Semarang, bersifat permanen dengan fungsi memberi pelayanan dan mendukung semua jenis cetakan yang di butuhkan oleh Universitas PGRI Semarang. Luas bangunan  $\pm 300$  m<sup>2</sup>

luas tanah  $\pm$  500 m<sup>2</sup>, dengan status gedung milik PT. UPGRI Semarang.

b. Fasilitas Perusahaan

Fasilitas lantai 1 terdapat 6 ruangan, 4 kamar mandi dan 1 ruang dapur. Lantai 2 terdapat 2 ruang/kamar tidur, 1 kamar mandi. Lokasi kedua di Komplek pertokoan Balairung Universitas PGRI Semarang, bersifat temporer, karena pengelolaan di PT. UPGRI Semarang tetapi kepemilikan masih di Universitas PGRI Semarang. Dengan menggunakan 6 toko, ukuran masing-masing 4x5 m.

c. Informasi

Telepon: (024) 8441308

Email: [lontar\\_media@yahoo.com](mailto:lontar_media@yahoo.com)

Website: [www.lontarmedia.com](http://www.lontarmedia.com)

### 2.2.3. Hari Kerja

1) Hari kerja berlangsung selama 6 (enam) hari, yaitu dari hari Senin sampai dengan hari Sabtu.

2) Jam Kerja

Senin – Jumat : 08.00 WIB – 16.00 WIB

Sabtu : 08.00 WIB – 13.00 WIB

Istirahat

Senin – Kamis : 12.00 WIB – 13.00 WIB

Jumat : 11.30 WIB – 13.00 WIB

Sabtu : Tidak ada istirahat

## **2.3. Visi, Misi, Tujuan, dan Budaya Perusahaan**

### **2.3.1. Visi Perusahaan**

“Media Printing yang Inspiratif & Inovatif”

Menciptakan hasil cetakan yang berkualitas dan memberi inspirasi positif serta berkembang mengikuti perkembangan teknologi dunia printing.

### **2.3.2. Misi Perusahaan**

1. Menghasilkan keuntungan untuk mendukung pengembangan PT. UPGRI Semarang dan Unit Usaha Percetakan.
2. Memproduksi berbagai jenis barang cetakan yang terkait dengan kebutuhan masyarakat dengan mutu dan harga yang berdaya saing tinggi melalui pengelolaan yang profesional demi kepuasan pelanggan.
3. Memberikan penghargaan kepada para pegawai melalui pemberian kesejahteraan yang memadai, penyediaan lingkungan kerja yang aman, sehat dan nyaman, memberikan kesempatan untuk pengembangan karier serta melakukan inovasi.
4. Menjalin kemitraan kerja sama dengan *stakeholder* yang saling menguntungkan.
5. Memberikan perhatian yang tulus kepada masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, dukungan pembinaan sosial dan lingkungan.

### 2.3.3. Tujuan Perusahaan

1. Mendukung Visi dan Misi IKIP PGRI Semarang.
2. Mengembangkan pasar baru selain percetakan dan digital Printing, antara lain *souvenir*, alat promosi, *advertising*, *refill* tinta toner, *photocopy* dll.
3. Menjual jasa desain, *digital printing*, *advertising*, dan Percetakan
4. Mendapatkan keuntungan yang signifikan dari semua kegiatan produksi yang kita kerjakan tersebut

### 2.3.4. Budaya Perusahaan

#### “L O N T A R ”

Loyal	: Kami adalah <i>team</i> yang senantiasa mengabdikan untuk keluarga, perusahaan, bangsa, dan negara.
Optimis	: Kami adalah <i>team</i> yang selalu optimis akan hasil terbaik dan menatap masa depan gemilang
Nilai Tambah	: Kami adalah <i>team</i> yang selalu memberi nilai tambah kepada siapapun dan dimanapun berada demi perbaikan diri kami sendiri dan orang lain.
Tanggung Jawab	: Kami adalah <i>team</i> yang selalu bekerja dengan sungguh-sungguh dan penuh tanggung jawab.
Akurat	: Kami adalah <i>team</i> yang berupaya untuk menghasilkan karya terbaik yang bernilai tinggi.

Respek : Kami adalah *team* yang saling menghormati, saling bahu membahu demi kuatnya persaudaraan kami.

## 2.4. Logo Perusahaan

Logo merupakan suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu dan mewakili suatu arti dari sebuah perusahaan. Karena sebuah perusahaan membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Berikut merupakan logo dari PT. Lontar Media Digital Printing Semarang.

**Gambar 2. 1.**  
**Logo Perusahaan Lontar Media Digital Printing Semarang**



Sumber: [www.lontarmedia.com](http://www.lontarmedia.com), 2017

## 2.5. Bidang Usaha dan Produk Perusahaan

### 2.5.1. Bidang Usaha

- a. Jasa desain grafis, yaitu melayani kebutuhan desain, mulai dari desain sebuah iklan/promo (spanduk, *leaflet*, poster, iklan koran/majalah, *souvenir*) desain kaos, desain kebutuhan barang cetak, desain web dan lain sebagainya.

- b. *Digital Printing*, yaitu melayani jasa print digital yang berupa print kertas (kartu nama, poster, brosur, *cover* buku/majalah, *proof* cetak) dan MMT.
- c. *Souvenir & Media Promosi*, yaitu melayani pembuatan alat promosi seperti; mug, payung, jam dinding, kaos, *ID Card*, topi dan lain sebagainya.
- d. Percetakan, yaitu melayani semua kebutuhan cetak.
- e. *Advertising*, pembuatan dan pemasangan reklame, baliho, *neon box*, letter timbul dll.
- f. Foto copy dan ATK
- g. Konveksi
- h. Penjualan melalui ritel, dengan menjaring konsumen disekitar Semarang kota.
- i. *Tele Marketing* yaitu via telepon dan internet (website dan facebook) juga melalui media cetak (Brosur, pamflet, *company profile*, spanduk, iklan dan *sponsorship*), sasaran adalah semua instansi dan perusahaan yang membutuhkan alat promosi dan cetak, *Event Organizer*, kantor, Perguruan Tinggi/sekolah, dan perorangan.

### **2.5.2. Produk/Jasa Perusahaan**

Jasa desain grafis, *Digital Printing*, Undangan, *Souvenir*/promosi, *Advertising*, Percetakan dan konveksi. Semua jasa yang ditawarkan adalah saling

melengkapi satu dengan yang lainnya dan saling berkaitan. Sehingga kami sepakat untuk membuat Brand sebagai Percetakan Lontar Media group.

#### 1. PT. Lontar Media Digital Printing

Cetak MMT, *roll banner*, *x-banner*, *one way*, *stiker vynil*, *cutting stiker*, spanduk, poster, kalender, *sunblast*, dan *marketing tools* lainnya.

#### 2. Nyentrik Undangan dan Souvenir

*Id Card*, *Mug*, *Cutting Stiker*, Undangan, Kaos, Jaket, Topi, Sepatu, Gantungan Kunci, Plakat, Piala, *Nametag*, *Goodie Bag*, dsb.

#### 3. Alat Tulis Kantor Balairung

Buku Tulis, Buku Gambar, Nota, Kuitansi, Pulpen, Spidol, Pensil, Map Kertas, Map Plastik, Amplop, *Boxfile*, Tempat Pensil, Penggaris, dsb.

#### 4. Campus Copy Center

Fotokopi, Jilid Hardcover dan Softcover, Laminating, Print Laser warna dan hitam putih, *Scan*, *Burning*, *Browsing*, dsb.

### **2.6. Analisis Pasar PT. Lontar Media Digital Printing Semarang**

#### **2.6.1. Sasaran Pasar**

Posisi perusahaan adalah sebagai Pemimpin pasar, karena di sekitar lokasi hanya ada perusahaan yang setara dengan kita yaitu UNNES Press, yang hanya



mendukung kebutuhan cetak di Perguruan Tinggi UNNES. Ini artinya Lontar Media memperoleh kesempatan yang luas untuk berkembang mencari pasar umum di luar Universitas PGRI Semarang dan PGRI Jawa Tengah.

### **2.6.2. 3 Sasaran Utama Pasar**

#### **a. Pasar Langsung**

Yaitu pasar yang berhubungan dengan kegiatan cetak, baik cetak Offset maupun Digital Printing di Semarang.

#### **b. Pasar Perantara**

Yaitu penerimaan order tidak langsung dari Pihak Customer tetapi sudah melalui pihak kedua, disini kita melayani dengan baik agar customer selalu loyal terhadap kita, antara lain:

- Broker
- Perantara / Rekomendasi pihak lain

#### **c. Pasar Jangka Panjang**

Yaitu pasar yang bersifat kontinyu, yang nantinya menjadi tujuan utama market kita, antara lain: Pelanggan Loyal/Pelanggan Umum/Ritel.

### **2.6.3. Kunci untuk Sukses**

Yaitu dengan memberikan *added value*/nilai jual utama yang dibutuhkan untuk sukses di pasar. yaitu kualitas, harga, dan pelayanan sesuai dengan visi perusahaan (Media Printing yang Inspiratif dan Inovatif). Kualitas intinya

bagaimana konsumen suka dan puas akan hasil yang kita berikan termasuk hasil awal tahap desain, sedangkan harga yaitu yang terjangkau dan terkesan murah dibanding dengan kualitas dan pelayanan yang kita berikan. Sedangkan pelayanan itu sendiri yaitu bagaimana kita bisa memberikan inspirasi yang dibutuhkan oleh konsumen kita, sehingga proses bisa lebih singkat dengan tidak mencari ide kesana-kemari.

### **2.6.3. Strategi Bisnis dan Implementasi**

Dengan perkembangan teknologi yang begitu cepat termasuk perkembangan IT. Salah satu yang kita gunakan untuk menangkap peluang pasar yaitu lewat internet baik berupa penyajian di dalam website maupun promosi lewat facebook. Dengan hal itu maka kita mengimplementasikannya dalam program bisnis yang efektif, berdasarkan teknologi yang baru ngetren saat ini, disamping pelayanan yang memuaskan konsumen. Termasuk produk barang yang unik dan menarik konsumen (*Souvenir & gift*).

### **2.6.4. Periklanan**

Rencanakan periklanan atau memasarkan bisnis kita adalah lewat berbagai brosur, iklan cetak, *cross selling*, iklan, *company profile*, website, twitter dan facebook.

### **2.6.5. Strategi Pemasaran**

Bagaimana membuat perusahaan kita lebih spesial atau khas. Dengan memfokuskan pada segmen pasar tertentu, yaitu alat-alat promosi, menjual ide

dengan menginspirasi konsumen. Tidak menutup kemungkinan menciptakan produk sebagai solusi pasar yang belum ada.

#### **2.6.6. Rencana Penjualan**

Kita menjual produk dan jasa semaksimal mungkin dalam bentuk paket promo, dengan menggunakan media internet dan *face to face*.

#### **2.6.7. Aliansi Strategis**

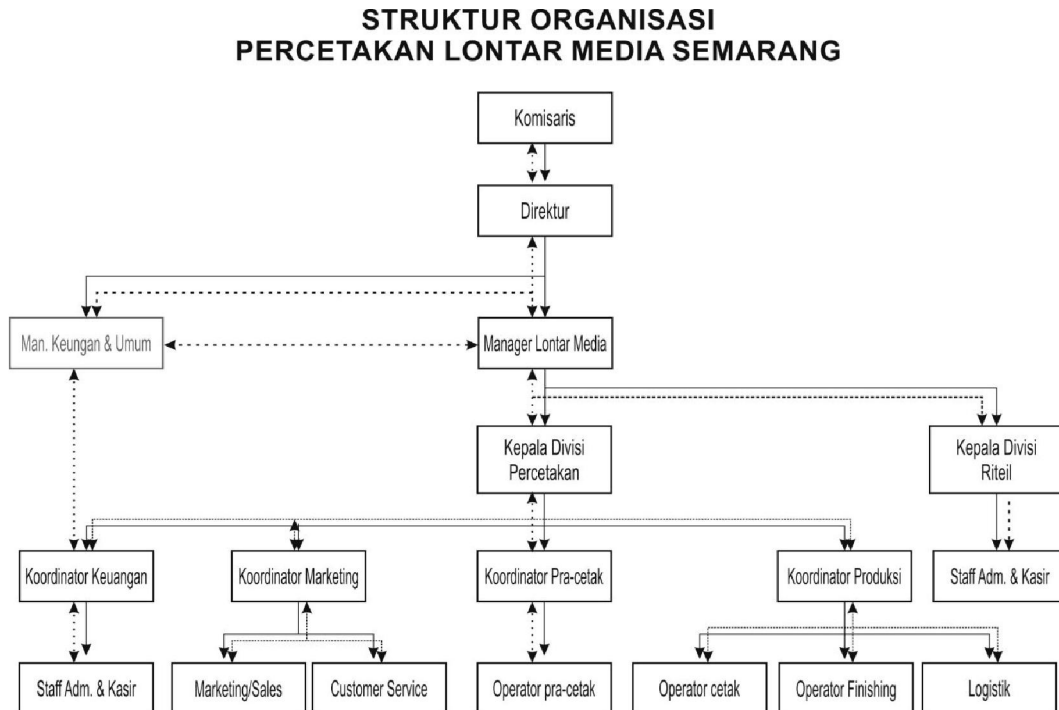
Perusahaan akan menangani pemasaran bersama dengan Perusahaan induk (dan perusahaan yang terkait dengan produk dan jasa kita, Sompok print digital dan perusahaan *advertising* lainnya. Dengan perjanjian kerjasama yang saling menguntungkan.

### **2.7. Struktur Organisasi dan Tugasnya**

#### **2.7.1. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi yaitu menggambarkan tipe organisasi, pendepartemenan organisasi, kedudukan dan jenis wewenang pejabat, bidang dan hubungan pekerjaan, garis perintah dan tanggung jawab, rentang kendali dan sistem pimpinan organisasi (Hasibuan, 2004:128).

**Gambar 2. 2.**  
**Struktur Organisasi PT. Lontar Media Digital Printing Semarang**



### 2.7.2. Job Description

#### 2.7.2.1. Manager

- a) Mengkoordinasikan aplikasi operasional dan produksi agar semua proses terintegrasi dengan baik.
- b) Merencanakan produksi baik jumlah, kualitas dan waktu pelaksanaan agar bisa mengendalikan proses produksi.
- c) Membuat perkiraan biaya bulanan untuk mempermudah perincian anggaran pengeluaran perusahaan.
- d) Mengadakan pertemuan secara periodik untuk membangkitkan motivasi kerja dan melakukan inspeksi harian yang menyangkut proses operasional

dan produksi (*Quality, Cost, Delivery*) dengan melakukan observasi secara rutin ataupun mendadak.

- e) Melakukan tindakan jika terjadi ketidaksesuaian proses desain dan setting dan hasil produksi untuk mencegah *error* produk.
- f) Mengevaluasi statistik tentang kinerja di semua bagian untuk prediksi biaya yang akan datang.
- g) Memeriksa kualitas hasil produksi dan memastikan hasil produksi sesuai dengan yang diinginkan customer.
- h) Memberikan masukan dalam pengembangan SOP sebagai Pedoman para pemangku jabatan.
- i) Membuat laporan kinerja secara berkala.
- j) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh komisaris.

#### **2.7.2.2. Kasir dan Keuangan**

- a) Membuat laporan harian, mingguan, bulanan semua transaksi pengeluaran dan pemasukan uang perusahaan.
- b) Mencari ide – ide dan gagasan baru.
- c) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan.

#### **2.7.2.3. Administrasi Personalia**

- a) Mengkoordinasikan administrasi perusahaan agar berjalan dengan baik
- b) Membuat dokumen tender.
- c) Mencari ide – ide dan gagasan baru.
- d) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan.

#### 2.7.2.4. Marketing

- a) Membuat perkiraan target omset bulan selanjutnya agar dapat diketahui planning kerja marketing ke depan.
- b) Mencari data (*lead*) customer sesuai target jumlah yang di tentukan
- c) Melakukan kunjungan kepada calon customer untuk presentasi produk/ konsep produk.
- d) Mengkoordinasikan order dari customer agar semua proses terintegrasi dengan baik.
- e) Merencanakan proses desain tentang kualitas dan waktu pelaksanaan agar proses produksi dapat dilaksanakan sesuai dengan apa yang telah direncanakan.
- f) Melakukan tindakan jika terjadi ketidaksesuaian proses desain dan hasil produksi untuk mencegah *error* produk.
- g) Memeriksa kualitas hasil produksi dan memastikan hasil produksi sesuai dengan yang diinginkan customer.
- h) Melakukan *handling complain* jika terjadi ketidakpuasan pelanggan
- i) *Me-recovery* konsumen yang merasa tidak puas dengan pelayanan perusahaan.
- j) Membantu administrasi keuangan dalam penagihan terhadap customer
- k) Membuat laporan kinerja kepada pimpinan secara berkala untuk memberi informasi kepada pimpinan.
- l) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan.

#### **2.7.2.5. Kepala Produksi**

- a) Mengatur proses produksi agar tercapai target rencana produksi.
- b) Mengkoordinir tindakan yang diperlukan jika terjadi *trouble* sehingga mudah dan cepat ditemukan solusi pemecahannya.
- c) Melakukan pemeriksaan secara rutin atau insidental tata cara kerja Operator.
- d) Melakukan koordinasi dengan bagian lain untuk memperoleh hasil produksi yang memiliki kualitas yang disyaratkan.
- e) Melakukan koordinasi dengan bagian teknik agar semua peralatan produksi tetap berfungsi secara optimal.
- f) Mengawasi pelaksanaan K3 (keselamatan kecelakaan kerja) untuk semua Operator agar tidak terjadi kecelakaan kerja.
- g) Melakukan *briefing* secara berkala kepada para Operator tentang teknik pengoperasian alat.
- h) Membuat laporan kerja shift secara rutin untuk bahan informasi kepada Manager Operational.
- i) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan.

#### **2.7.2.6. Kepala Bagian Pra Cetak**

- a) Menerima tugas dari Manager Marketing ataupun dari Customer Service dan melakukan koordinasi pekerjaan.
- b) Mengkoordinasikan order dari customer agar semua proses terintegrasi dengan baik.

- c) Merencanakan proses desain dan *setting* tentang, kualitas dan waktu pelaksanaan agar proses kerja di laksanakan sesuai dengan yang telah direncanakan.
- d) Melakukan tindakan jika terjadi ketidaksesuaian proses desain dan setting & hasil produksi untuk mencegah *error* produk.
- e) Memastikan hasil kerja dalam kondisi 0% kesalahan dan bisa memuaskan customer.
- f) Mencari ide – ide dan gagasan baru tentang desain *setting*.
- g) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan.

#### **2.7.2.7. Supervisor Finishing**

- a) Mengatur proses finishing agar tercapai target rencana *finishing*
- b) Mengkoordinir tindakan yang diperlukan jika terjadi *trouble* sehingga mudah dan cepat ditemukan solusi pemecahannya.
- c) Melakukan pemeriksaan secara rutin atau insidental tata cara kerja operator.
- d) Melakukan koordinasi dengan bagian lain untuk memperoleh hasil produksi yang memiliki kualitas yang diisyaratkan.
- e) Melakukan koordinasi dengan bagian teknik agar semua peralatan finishing tetap berfungsi secara optimal.
- f) Mengawasi pelaksanaan K3 (keselamatan kecelakaan kerja) untuk semua operator agar tidak terjadi kecelakaan kerja.
- g) Melakukan *briefing* secara berkala kepada operator
- h) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan.



#### **2.7.2.8. Logistik**

- a) Mengatur penjadwalan pengiriman hasil cetakan kepada customer  
Mengkoordinir staff logistik dalam pengiriman ke customer.
- b) Mengatur pengadaan bahan baku produksi sesuai kebutuhan.
- c) Mengecek pengadaan kebutuhan kantor secara keseluruhan
- d) Melakukan koordinasi dengan bagian lain untuk memperoleh hasil produksi sehingga dapat dijadwalkan pengirimannya.
- e) Mengawasi pelaksanaan K3 (keselamatan kecelakaan kerja) untuk semua Staff agar tidak terjadi kecelakaan kerja.
- f) Melakukan *briefing* secara berkala kepada para Staff tentang teknik pengoperasian alat.
- g) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan

#### **2.7.2.9. Operator Mesin Cetak**

- a) Mengecek kondisi mesin sebelum memulai print
- b) Menyiapkan bahan kertas yang diperlukan
- c) Mengawasi proses printing dengan hasil maksimal
- d) *Quality Control*
- e) Setelah mesin printing selesai di gunakan, di bersihkan kembali
- f) Bekerja sesuai dengan SOP dan memberikan hasil semaksimal mungkin
- g) Bekerja sesuai dengan prosedur agar memenuhi standar
- h) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan

#### **2.7.2.10. Operator Mesin Finishing**

- a) Mengecek kondisi mesin sebelum memulai proses finishing.
- b) Menyiapkan perlengkapan finishing.
- c) Menyortir cetakan yang jadi (pelaksanaan QC).
- d) Setelah mesin finishing selesai di gunakan, di bersihkan kembali.
- e) Bekerja sesuai dengan SOP dan memberikan hasil semaksimal mungkin.
- f) Bekerja sesuai dengan prosedur agar memenuhi standar.
- g) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan.

#### **2.7.2.11. Desain**

- a) Menerima tugas dari Supervisi desain setting dan melakukan koordinasi pekerjaan Mengkoordinasikan order dari customer agar semua proses terintegrasi dengan baik.
- b) Merencanakan proses desain tentang, kualitas dan waktu pelaksanaan agar proses kerja di laksanakan sesuai dengan yang telah direncanakan.
- c) Melakukan tindakan jika terjadi ketidaksesuaian proses desain & hasil produksi untuk mencegah error produk.
- d) Memastikan hasil kerja dalam kondisi 0% kesalahan dan bisa memuaskan customer
- e) Mencari ide – ide dan gagasan baru tentang desain setting
- f) Membuat laporan kerja harian yang di laporkan ke supervisi
- g) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan

#### **2.7.2.12. Customer Service**

- a) Menerima, menyambut customer dengan Senyum, Salam, Sapa
- b) Menerima order dari customer langsung / marketing untuk dikalkulasi dan di buat penawaran. Mengkoordinasikan order dari customer agar semua proses terintegrasi dengan baik Mencari database dan melakukan telemarketing untuk mencari customer service.
- c) Handling komplain dari customer dengan baik.
- d) Melakukan tindakan jika terjadi ketidaksesuaian pada saat proses dari desain setting sampai dengan proses produksi untuk mencegah error produk.
- e) Mencari ide – ide dan gagasan baru
- f) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan

### **2.8. Identitas Responden**

Identitas Responden merupakan gambaran umum responden yang akan memberikan gambaran informasi secara umum tentang responden.

#### **2.8.1. Deskripsi Identitas Responden**

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah pelanggan percetakan PT. Lontar Media Digital Printing Semarang dengan jumlah 100 orang dengan kriteria yang telah ditentukan dan memiliki heterogenitas karakter yang akan memberikan yang berbeda-beda mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan.

Penentuan responden menggunakan syarat-syarat tertentu untuk keabsahan penelitian. Adapun syarat yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

1. Pelanggan yang membeli produk dari PT. Lontar Media Digital Printing Semarang.
2. Usia minimal 18 tahun dan maksimal umur 60 tahun.
3. Melakukan pembelian pada PT. Lontar Media Digital Printing Semarang lebih dari 2 kali dalam kurun waktu 1 (satu) tahun.
4. Bersedia mengisi kuesioner maupun diwawancarai.

### 2.8.2. Jenis Pekerjaan Responden

Dengan mengetahui jenis pekerjaan responden maka akan diperoleh gambaran mengenai status sosial dan kehidupan sosial dari responden. Pekerjaan sangat penting untuk mendukung kehidupan.

**Tabel 2. 1.**  
**Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	21	21
2	Pegawai (Negeri/Swasta)	45	45
3	Wiraswasta	30	30
4	Lain-lain	4	4
	Jumlah	100	100

*Sumber : Data primer yang diolah, 2017*

Dari tabel 2.1. dapat diketahui mayoritas pekerjaan dari responden adalah pegawai negeri/swasta dengan jumlah sebanyak 45%. Responden wiraswasta

sebanyak 30%. Dari data diatas dapat diketahui mayoritas pelanggan PT. Lontar Media Digital Printing Semarang merupakan kalangan pegawai negeri/swasta dan wiraswasta.

### 2.8.3. Usia Responden

Usia merupakan suatu hal yang berpengaruh dalam tingkat kematangan seseorang dan mencerminkan masa produktif responden dalam bekerja dan usia responden akan mempengaruhi jawaban di dalam sebuah penelitian.

**Tabel 2. 2.**  
**Identitas Responden Berdasarkan Usia**

No	Kelompok Umur	Jumlah	Presentase (%)
1	Usia 18 – 25	22	22
2	Usia 26 – 35	35	35
3	Usia 36 – 45	26	26
4	Usia 46 – 60	17	17
	Jumlah	100	100

*Sumber : Data primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan tabel 2.2. menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah 35% responden dengan usia 26 – 35 tahun, diikuti dengan kelompok usia 36 – 45 tahun sebanyak 26%. Dari data tersebut dapat diketahui kebanyakan konsumen berusia produktif dimana membutuhkan informasi atas kebutuhan.

#### 2.8.4. Jenis Kelamin Responden

Pelanggan PT. Lontar Media Digital Printing Semarang terbagi menjadi dua kelompok yaitu perempuan dan laki-laki. Tabel berikut ini akan menyajikan data responden berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 2. 3.**  
**Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	59	59
2	Perempuan	41	41
	Jumlah	100	100

*Sumber : Data primer yang diolah, 2017*

Pada tabel 2.3. menjelaskan bahwa mayoritas pelanggan PT. Lontar Media Digital Printing Semarang berjenis kelamin laki-laki sebesar 59% dan pelanggan perempuan sebanyak 41%.

#### 2.8.5. Status Marital Responden

Status marital dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 (tiga) kelompok. Kelompok tersebut adalah belum menikah, menikah, dan janda/duda.

**Tabel 2. 4.**  
**Identitas Responden Berdasarkan Status Marital**

No	Status Marital	Jumlah	Presentase (%)
1	Belum Menikah	46	46
2	Menikah	54	54
3	Janda/Duda	-	-
	Jumlah	100	100

*Sumber : Data primer yang diolah, 2017*

Pada tabel 2.4. menjelaskan bahwa mayoritas pelanggan PT. Lontar Media Digital Printing Semarang berstatus sudah menikah sebesar 54% sedangkan yang berstatus belum menikah dengan persentase sebesar 46%.

### 2.8.6. Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan digunakan untuk mengukur gaya hidup, wawasan, pola pemikiran dan intelektualitas responden. Semakin tinggi tingkat pendidikan responden maka semakin luas pemikiran/intelektualitas responden.

**Tabel 2. 5.**  
**Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
1	SD	-	-
2	SMP	5	5
3	SMA	39	39
4	Diploma	26	26
5	Sarjana	30	30
	Jumlah	100	100

*Sumber : Data primer yang diolah, 2017*

Dari tabel 2.5. dapat diketahui pelanggan PT. Lontar Media Digital Printing Semarang mayoritas memiliki pendidikan terakhir SMA dengan presentase 39%. Diurutan kedua dengan presentase 30% memiliki tingkat pendidikan terakhir sarjana. Responden dengan tingkat pendidikan diploma sebanyak 26%. pelanggan PT. Lontar Media Digital Printing Semarang rata-rata memiliki tingkat intelektualitas tinggi.

### 2.8.7. Frekuensi Penggunaan Jasa PT. Lontar Media Digital Printing Semarang

Pengumpulan data mengenai frekuensi penggunaan jasa percetakan PT. Lontar Media Digital Printing Semarang dimaksudkan untuk mengetahui seberapa sering responden melakukan jasa percetakan dalam kurun waktu setahun.

**Tabel 2. 6.**  
**Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Jasa**

No	Frekuensi	Jumlah	Presentase (%)
1	1 kali	-	-
2	2 – 3 kali	45	45
3	4 – 5 kali	31	31
4	> 6 kali	24	24
	Jumlah	100	100

*Sumber : Data primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan tabel 2.6. memperlihatkan rata-rata responden dengan persentase 45% menggunakan jasa percetakan PT. Lontar Media Digital Printing Semarang sebanyak 2 sampai 3 kali. Sedangkan dengan persentase 31% responden menggunakan jasa percetakan sebanyak 4 sampai 5 kali dan 24% persentase untuk responden yang menggunakan jasa percetakan sebanyak lebih dari 6 kali. Dengan begitu mayoritas responden mempercayai jasa percetakan PT. Lontar Media Digital Printing Semarang.



### 2.8.8. Lama Penggunaan Jasa PT. Lontar Media Digital Printing Semarang

Kategorisasi lama kurun waktu menjadi pelanggan PT. Lontar Media Digital Printing Semarang sangat penting. Melihat penelitian ini menyangkut soal loyalitas pelanggan.

**Tabel 2. 7.**  
**Identitas Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Jasa**

No	Lama Waktu	Jumlah	Presentase (%)
1	1 – 3 bulan	18	18
2	4 – 6 bulan	18	18
3	7 – 9 bulan	29	29
4	10 – 12 bulan	25	25
5	> 13 bulan	10	10
Jumlah		100	100

*Sumber : Data primer yang diolah, 2017*

Dari tabel 2.7. dapat diketahui pelanggan PT. Lontar Media Digital Printing Semarang mayoritas menggunakan jasa percetakan selama 7 sampai 9 bulan dengan persentase 29%, diikuti responden yang menggunakan jasa percetakan ini selama 10 sampai 12 bulan dengan persentase 25% sedangkan persentase 18% menunjukkan masing-masing responden menggunakan jasa percetakan tersebut selama 1 sampai 3 bulan dan 4 sampai 6 bulan. Untuk responden diatas 13 bulan dengan persentase 10% mereka sudah loyal dengan PT. Lontar Media Digital Printing Semarang.