

ABSTRAK

Pengaruh Lingkungan Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Perusahaan Surat Kabar Tribun Lampung

Oleh

Farah Nurma Puspita Sari

Sejak berdirinya, pihak Tribun Lampung mampu menjual produk surat kabarnya dengan harga di bawah empat ribu rupiah per eksemplarnya, tetapi berdasarkan survey AC Nielsen, surat kabar Tribun Lampung merupakan surat kabar dengan penjualan tertinggi di wilayah Bandar Lampung untuk 5 tahun periode yaitu 2011-2016. Surat kabar Tribun Lampung dianggap mampu menguasai pangsa pasar penjualan surat kabar di Bandar Lampung, hal ini terlihat dari survey AC Nielsen yang menyatakan oplah koran Surat Kabar Tribun Lampung mencapai 65.000 eksemplar perhari. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lingkungan pemasaran internal dan lingkungan pemasaran eksternal surat kabar Tribun Lampung pada kinerja pemasaran perusahaan surat kabar Tribun Lampung. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari respon karyawan Perusahaan Surat Kabar Lampung. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lingkungan pemasaran internal dan lingkungan pemasaran eksternal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran perusahaan surat kabar Tribun Lampung. Pada uji goodness of fit (R^2), model regresi yang digunakan untuk menggambarkan kinerja pemasaran perusahaan surat kabar Tribun Lampung dianggap cukup baik. Kesimpulan dari penelitian ini ialah variabel lingkungan pemasaran internal dan lingkungan pemasaran eksternal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran perusahaan surat kabar Tribun Lampung baik secara parsial maupun secara simultan. Implikasi kepada Perusahaan Surat Kabar Tribun Lampung berdasarkan penelitian ini agar mempertahankan dan memperkuat kinerja pemasaran yang sudah ada demi memberi pengaruh yang positif bagi kelangsungan bisnis Perusahaan Surat Kabar Tribun Lampung.

Kata Kunci : Lingkungan Pemasaran Internal, Lingkungan Pemasaran Eksternal Kinerja Pemasaran

ABSTRACT

The Influence of Marketing Environment On Marketing Performance Of Tribun Lampung Newspaper

By

Farah Nurma Puspita Sari

Since the first time Tribun Lampung established, they are able to sell their newspaper for only 4.000 IDR per copy. According to AC Nielsen surveys, Tribun Lampung newspaper is the newspaper with the highest sells in Bandar Lampung region for five years period, from 2011 to 2016. Tribun Lampung newspaper is assumed that they dominating the newspaper market in Bandar Lampung. This statement is supported by AC Nielsen surveys that the Tribun Lampung newspaper circulation is reaching 65.000 copies a day. The purpose of this study is to analyze the influence of internal and external marketing environment on Tribun Lampung newspaper marketing performance. This study conducted with deskriptive method and analyzed using multiple regression analysis. The data that used in this study is acquired from Tribun Lampung Company employee response. The findings of this study shows that the internal and external marketing environment have a significantly positive influence on Tribun Lampung newspaper marketing performance. In goodness of fit (R^2) test, the regression model that used to describe the Tribun Lampung newspaper marketing performance is assumed valid. The conclusion of this study is the internal and external marketing environment have a significantly positive influence on Tribun Lampung newspaper marketing performance partially and simultantly. Implication of this study is the Tribun Lampung Company should maintain and enhance the marketing performance that already acquired to give positive impact on the sustainability of Tribun Lampung Company.

Keyword : internal marketing environment, external marketing environment, marketing performance