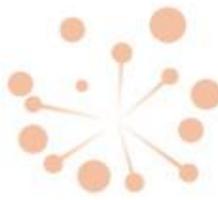


# LAPORAN MENGENAI MAJALAH WANITA DI INDONESIA

Riset dilakukan pada: 7 – 22 Agustus 2013  
Berdasarkan panelis dari Nusaresearch

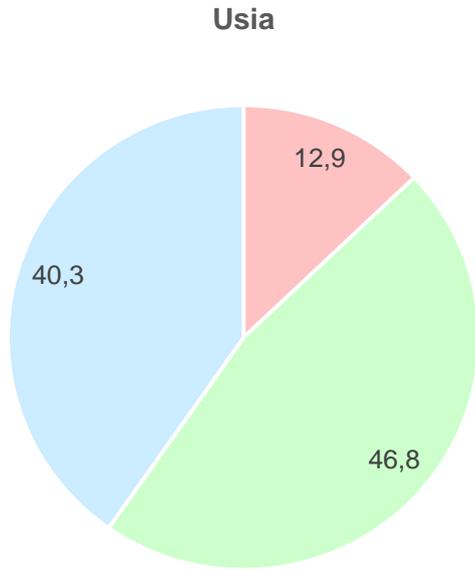
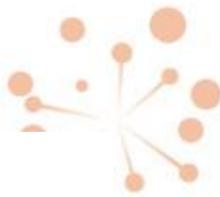
Tanggal laporan: 27 September 2013  
Disusun oleh: Tim dari Nusaresearch

# A. Informasi mengenai riset



- ❑ **Metode riset** : Quantitative Riset – secara Online
- ❑ **Waktu riset** : 7 – 22 Agustus 2013
- ❑ **Jumlah sample** : 534
- ❑ **Area riset** : Seluruh Indonesia
- ❑ **Target** : Perempuan berusia 17 tahun ke atas yang membaca majalah
- ❑ **Tujuan dari riset** : Mengeksplorasi market majalah wanita di Indonesia
- ❑ **Metode pengambilan sample** : Sample dari internet

# A. Informasi mengenai Riset



Satuan : %

■ Di bawah 20 tahun ■ 20 - 29 tahun ■ 30 tahun ke atas

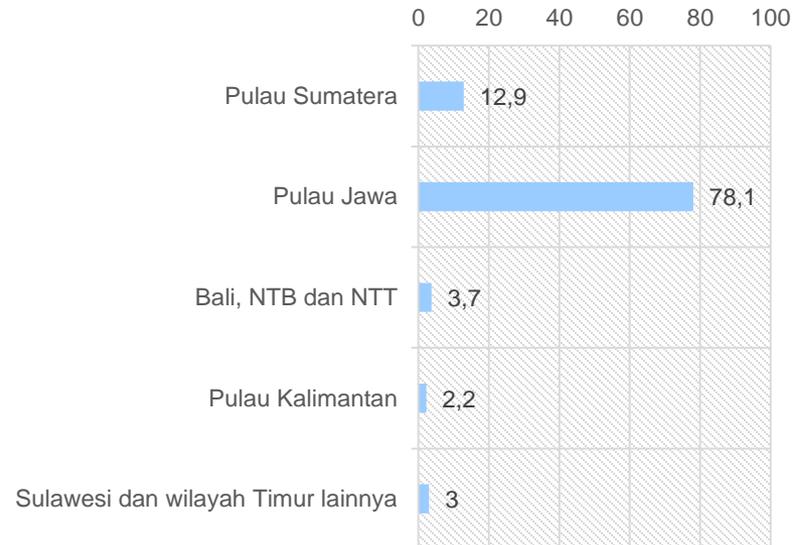
### Biaya Pengeluaran Rumah Tangga per Bulan

Satuan : %

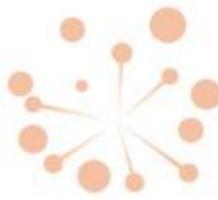


Satuan : %

### Daerah Provinsi



# B. Rangkuman Keseluruhan



## A – Data pembelian majalah wanita secara umum

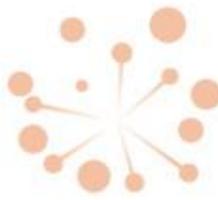
### [1] [Artikel yang bagus] merupakan faktor penting yang menentukan pemilihan majalah oleh responden

- Sebagian besar dari responden memperhatikan **[Artikel yang bagus]** (83.5%) ketika akan membeli dan membaca sebuah majalah, setelah itu baru lah mereka memperhatikan **[Harga yang terjangkau]** dan **[Topik yang luas]** yang memiliki persentase masing-masing sebesar 64.4% and 62.7%.
- Di antara kelompok usia yang ada, **[Artikel yang bagus]** merupakan faktor utama yang dipilih oleh responden untuk membeli dan membaca majalah.
- Seperti yang terlihat pada persentase yang ada, seluruh responden diantara kelompok SES, hampir seluruhnya memperhatikan **[Artikel yang bagus]** dengan persentase masing-masing sebesar 79.8%, 82.0% dan 87.2%.

### [2] Sebagian besar responden membeli majalah wanita di [Toko buku]

- Dari 10 orang yang kami ajukan pertanyaan, terdapat 6 orang wanita yang membeli majalah di **[Toko Buku]** dan tempat selanjutnya yang dipilih untuk membeli majalah adalah di **[Toko Majalah]** dengan persentase sebesar 49.1%. **[Shopping mall]** berada di urutan ketiga yang dipilih untuk membeli majalah dengan persentase sebesar 35.6%.
- Lebih dari setengah responden dari kelompok usia yang ada memilih **[Toko Buku]** sebagai tempat pertama untuk membeli majalah. Sedangkan yang menduduki tempat kedua adalah **[Toko Majalah]**.
- **[Toko Buku]**, **[Toko Majalah]** dan **[Shopping mall]** masuk ke dalam peringkat tiga besar dari tempat yang dipilih untuk membeli majalah, sedangkan **[Membeli secara online]** mendapatkan peringkat persentase paling rendah di antara kelompok SES yang ada.

## B. Rangkuman Keseluruhan



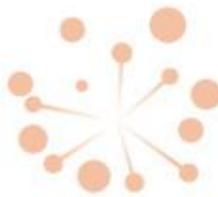
### [3] [\$2 - \$3] merupakan harga yang umum untuk membeli majalah

- Diantara 10 orang responden, lebih dari 4 orang membeli majalah dengan kisaran harga **[\$2 - \$3]**, lalu di peringkat selanjutnya **[Kurang dari \$2]** dengan persentase sebesar 22.8%. Persentase paling rendah membeli majalah yaitu dengan kisaran harga **[\$7 - \$8]** dengan persentase sebesar 0.2%.
- **[\$2 - \$3]** merupakan harga yang paling banyak dipilih oleh 2 kelompok umur ini: 20 – 29, 30 tahun dan 30 tahun ke atas. Sementara itu, kelompok umur yang paling muda (di bawah 20 tahun) membeli majalah dengan kisaran harga **[Kurang dari \$2]**, dengan persentase sebesar 39.1%.
- Seperti yang sudah ditampilkan pada grafik, kelompok SES untuk kalangan kelas bawah membeli majalah dengan kisaran harga **[Kurang dari \$2]**. Sedangkan, untuk kelas menengah dan kelas atas membeli majalah dengan kisaran harga **[\$2 - \$3]** dengan persentase sebesar 43.9% dan 42.9%.

### [4] 44.8% dari seluruh responden membaca majalah pada [Saat yang tidak tentu]

- Mayoritas dari 534 orang yang mengikuti survei, mereka biasa membaca majalah pada **[Saat yang tidak tentu]** dengan jumlah persentase sebesar 44.6%, diikuti oleh **[Sore hari]** yang menduduki tempat kedua untuk waktu paling tepat untuk membaca majalah.
- **[Saat yang tidak tentu]** merupakan waktu yang paling banyak dipilih untuk membaca majalah. Waktu yang paling banyak dipilih untuk selanjutnya adalah **[Sore hari]**, waktu tersebut dipilih oleh kebanyakan grup yang ada kecuali responden yang berusia 30 tahun dan di atas 30 tahun memilih **[Malam hari]** sebagai opsi kedua untuk membaca majalah dengan persentase sebesar 23.3%.
- Berdasarkan biaya pengeluaran rumah tangga per-bulan, hampir seluruh responden memilih untuk membaca majalah pada **[Saat yang tidak tentu]**, diikuti oleh **[Sore hari]** dan kemudian pada **[Malam hari]**.

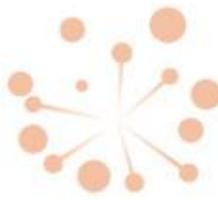
## B. Rangkuman Keseluruhan



### [5] 30.0% dari responden membaca majalah sebanyak satu kali per 2 – 3 hari

- Sebagian besar dari responden membaca majalah sebanyak **[Satu kali per 2 – 3 hari]** dengan persentase 30.0%, diikuti oleh **[Setiap hari]** dengan persentase 18.5%.
- Seperti yang sudah terlihat pada hasil, hampir seluruh responden membaca **[Satu kali per 2 – 3 hari]**, dengan persentase masing-masing sebesar 21.7%, 34.0% dan 27.9%.
- **[Satu kali per 2 – 3 hari]** merupakan pilihan membaca yang paling banyak dipilih oleh seluruh kelompok SES.. Pada posisi kedua yaitu, **[Satu kali per 4 – 6 hari]** dipilih oleh kalangan kelas bawah, sementara itu kalangan kelas atas memilih **[Setiap hari]**.

# B. Rangkuman Keseluruhan



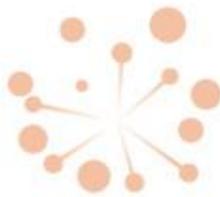
## B – Tingkat Kesadaran seseorang dalam membeli Majalah Wanita

### [Femina] memiliki nilai paling tinggi, yaitu 79.0%

- Mayoritas orang mengetahui **[Femina]** dan selanjutnya **[Gadis]** kemudian **[Kartini]** dengan persentase masing-masing sebesar 79.0%, 77.3% and 72.1%. **[Femina]** tetap menduduki peringkat paling tinggi untuk majalah Yang Pernah Dibaca dan Yang Paling Sering Dibaca.
- **[Femina]** merupakan merek majalah yang diketahui secara umum oleh responden dengan kelompok umur 20 – 29 tahun dan juga kelompok umur 30 tahun dan di atas 30 tahun. Walaupun begitu, **[Gadis]** merupakan merek majalah yang diketahui secara umum di kalangan responden dengan kelompok umur di bawah 20 tahun.
- Berdasarkan biaya pengeluaran rumah tangga per-bulan, **[Femina]** mencapai persentase tertinggi untuk Tingkat Kesadaran seseorang dalam membeli majalah, Majalah Yang Pernah Dibaca dan Majalah Yang Paling Sering Dibaca. Untuk **[Gadis]** dan **[Kartini]**, posisi mereka hanya bergeser sedikit untuk kelompok SES yang ada.

### Sebagian besar responden berniat untuk membeli [Provoke]

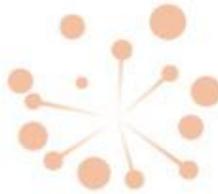
- **[Provoke]** merupakan merek majalah wanita yang dikenal oleh kelompok umur yang ada dan memiliki daya tarik yang kuat untuk dibeli, dengan persentase sebesar 2.33.
- Seperti yang sudah terlihat pada hasil, **[Go Girl]** memimpin menjadi merek majalah wanita yang diperhitungkan untuk dibeli pada bulan depan dan juga merupakan merek majalah yang dikenal diantara kelompok umur yang ada.
- Untuk kelompok kelas bawah dan kelas menengah, **[Provoke]** merupakan merek majalah yang dikenal dan mencapai peringkat tertinggi yang diperhitungkan untuk dibeli pada bulan depan. Sementara itu, untuk kelompok kelas atas, **[Kawanku]** mencapai peringkat tertinggi pula.



## **C. Hasil yang ditemukan pada riset**

**1. Data pembelian majalah wanita secara umum**

2. Tingkat kesadaran seseorang dalam membeli majalah wanita



# 1. Faktor penting ketika akan membeli dan membaca suatu majalah

**[Artikel yang bagus]** merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan dari para responden untuk membeli dan membaca suatu majalah

Sebagian besar dari responden sangat memperhatikan **[Artikel yang bagus]** (83.5%) ketika akan membeli dan membaca sebuah majalah, setelah itu baru lah mereka memperhatikan **[Harga yang terjangkau]** dan **[Topik yang luas]** yang memiliki persentase masing-masing sebesar 64.4% and 62.7%.

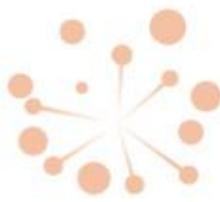
Satuan : %

**[Hasil 1.1] Faktor penting ketika akan membeli dan membaca suatu majalah**



© Q. Faktor-faktor apa saja yang membuat Anda membeli dan membaca suatu majalah? [MA] Berdasarkan n= 534

# 1. Faktor penting ketika akan membeli dan membaca suatu majalah



[Artikel yang bagus] menjadi faktor utama di antara kelompok umur yang ada

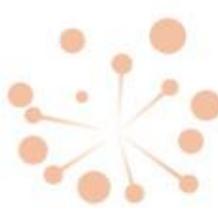
Di antara kelompok umur yang ada, [Artikel yang bagus] merupakan faktor utama yang menjadi alasan seseorang ketika akan membeli dan membaca suatu majalah

## [Hasil 1.2] Faktor penting ketika akan membeli dan membaca suatu majalah – Berdasarkan umur



© Q. Faktor-faktor apa saja yang membuat Anda membeli dan membaca suatu majalah? [MA] Based n= 534

# 1. Faktor penting ketika akan membeli dan membaca suatu majalah



[Artikel yang bagus] menjadi faktor utama ketika akan membeli dan membaca suatu majalah

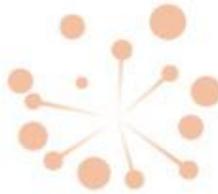
Seperti yang terlihat pada hasil, semua responden yang berasal dari kelompok SES, sebagian besar memperhatikan [Artikel yang bagus] dengan persentase masing-masing sebesar 79.8%, 82.0% dan 87.2%.

## [Hasil 1.3] Faktor penting ketika akan membeli dan membaca suatu majalah – Berdasarkan SES

Satuan : %



© Q. Faktor-faktor apa saja yang membuat Anda membeli dan membaca suatu majalah ? [MA] Berdasarkan n= 534



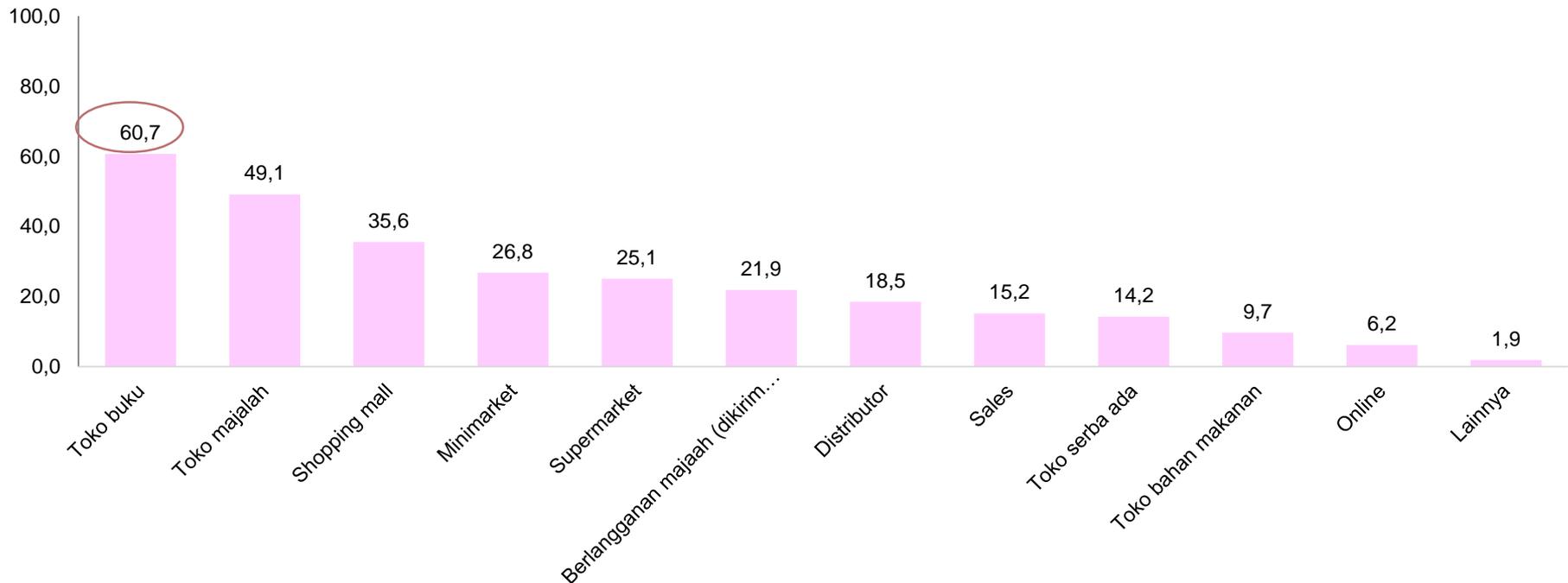
## 2. Tempat untuk membeli suatu majalah

### Sebagian besar responden membeli majalah wanita di [Toko Buku]

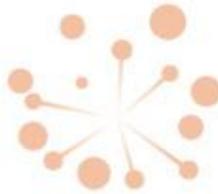
Dari 10 orang yang kami ajukan pertanyaan, terdapat 6 orang wanita yang membeli majalah di [Toko buku] dan tempat selanjutnya yang dipilih untuk membeli majalah adalah di [Toko majalah] dengan persentase sebesar 49.1%. [Shopping mall] berada di urutan ketiga yang dipilih untuk membeli majalah dengan persentase sebesar 35.6%.

Satuan  
: %

[Hasil 2.1] Tempat untuk membeli suatu majalah



© Q. Dimanakah Anda memberli suatu majalah? [MA] Berdasarkan n=534



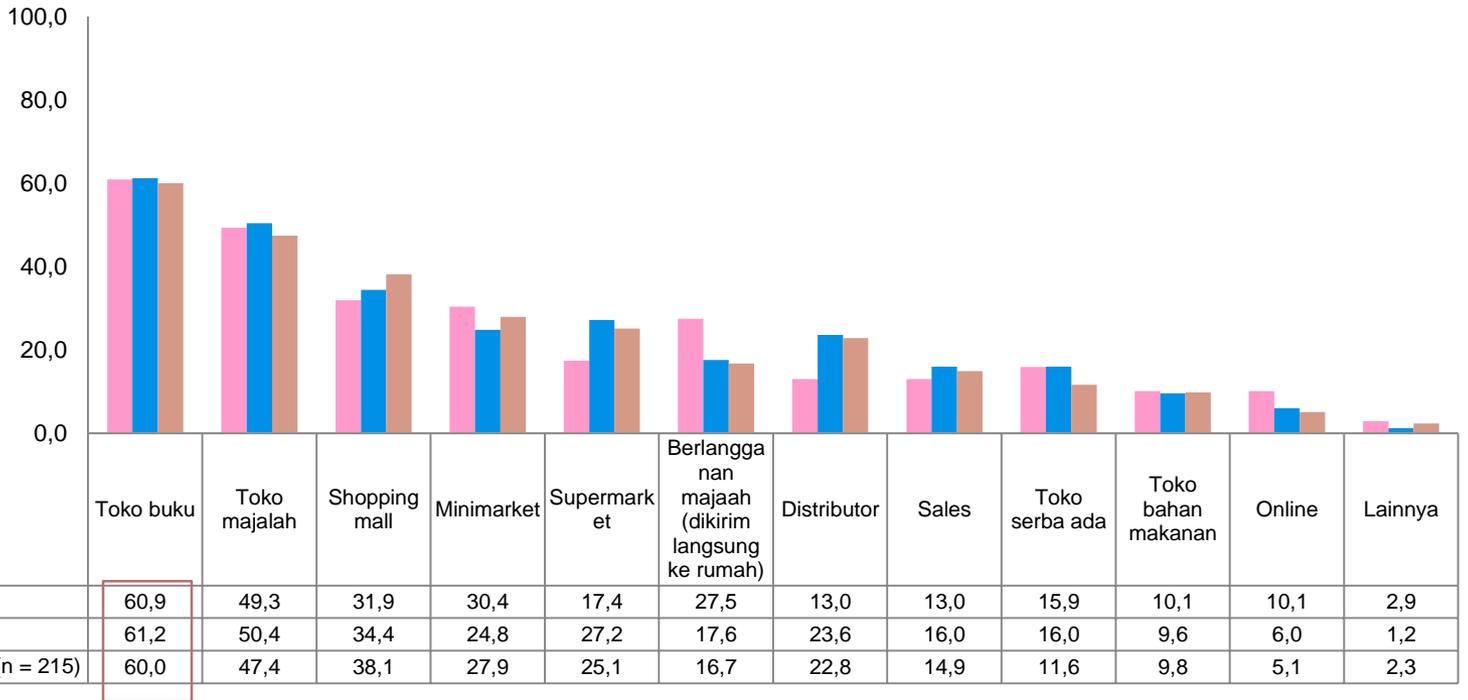
# 2. Tempat untuk membeli suatu majalah

[Toko buku] memiliki nilai paling tinggi pada kelompok umur yang ada

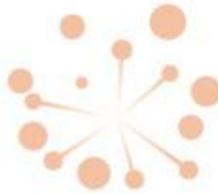
Lebih dari setengah responden pada kelompok umur yang ada memilih [Toko Buku] sebagai pilihan pertama untuk membeli majalah. [Toko Majalah] mendapatkan urutan kedua yang dipilih sebagai tempat untuk membeli suatu majalah.

Satuan : %

[Hasil 2.2] Tempat untuk membeli suatu majalah – Berdasarkan usia



© Q. Dimanakah Anda membeli suatu majalah? [MA] Berdasarkan n=534



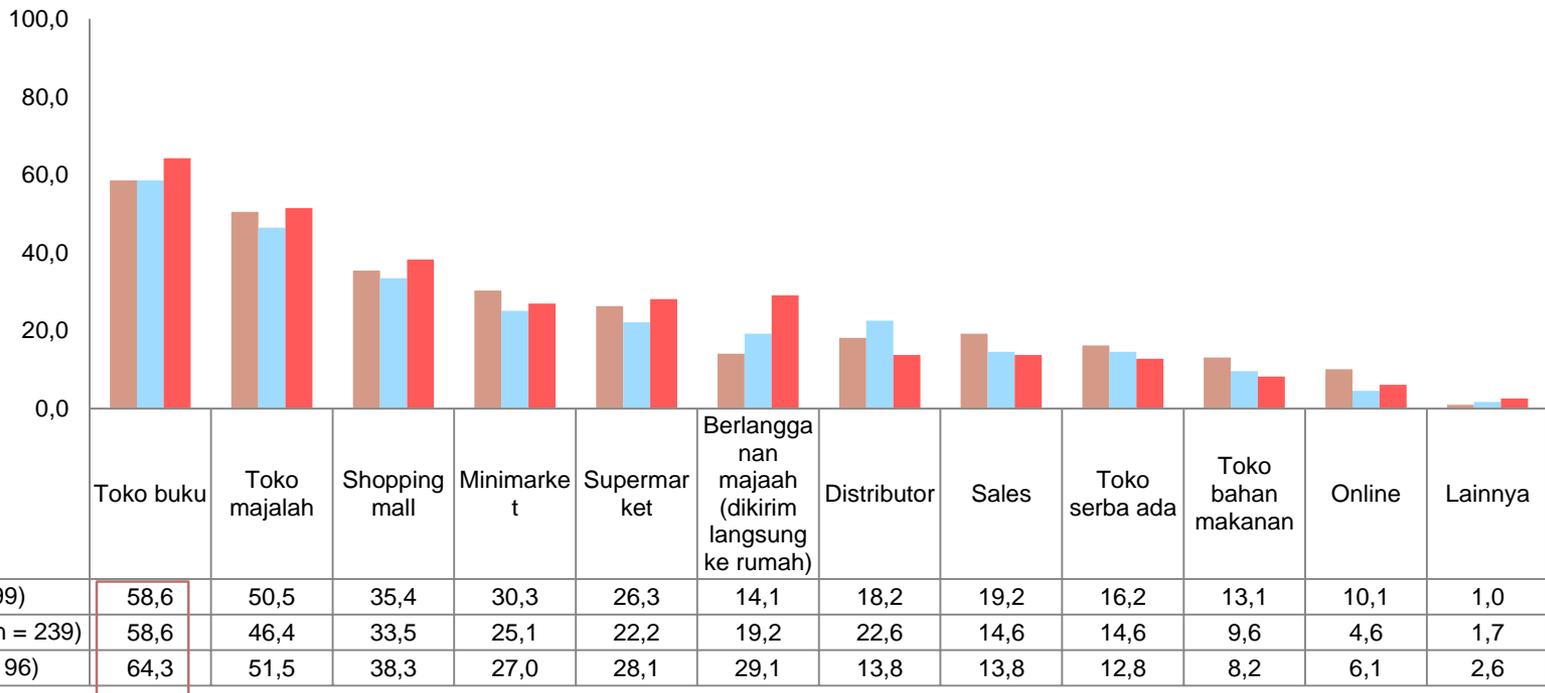
# 2. Tempat untuk membeli suatu majalah

SES tidak terlalu banyak memberi pengaruh terhadap keputusan seseorang dalam menentukan tempat untuk membeli suatu majalah

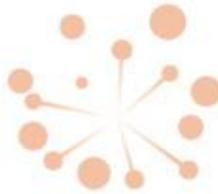
[Toko buku], [Toko majalah] dan [Shopping mall] merupakan urutan 3 besar tempat yang dipilih untuk membeli suatu majalah, sedangkan [Membeli secara online] menempati persentase tempat ter-rendah yang dipilih di antara kelompok SES.

Satuan : %

[Hasil 2.3] Tempat untuk membeli suatu majalah – Berdasarkan SES



© Q. Dimanakah Anda membeli suatu majalah? [MA] Berdasarkan n=534



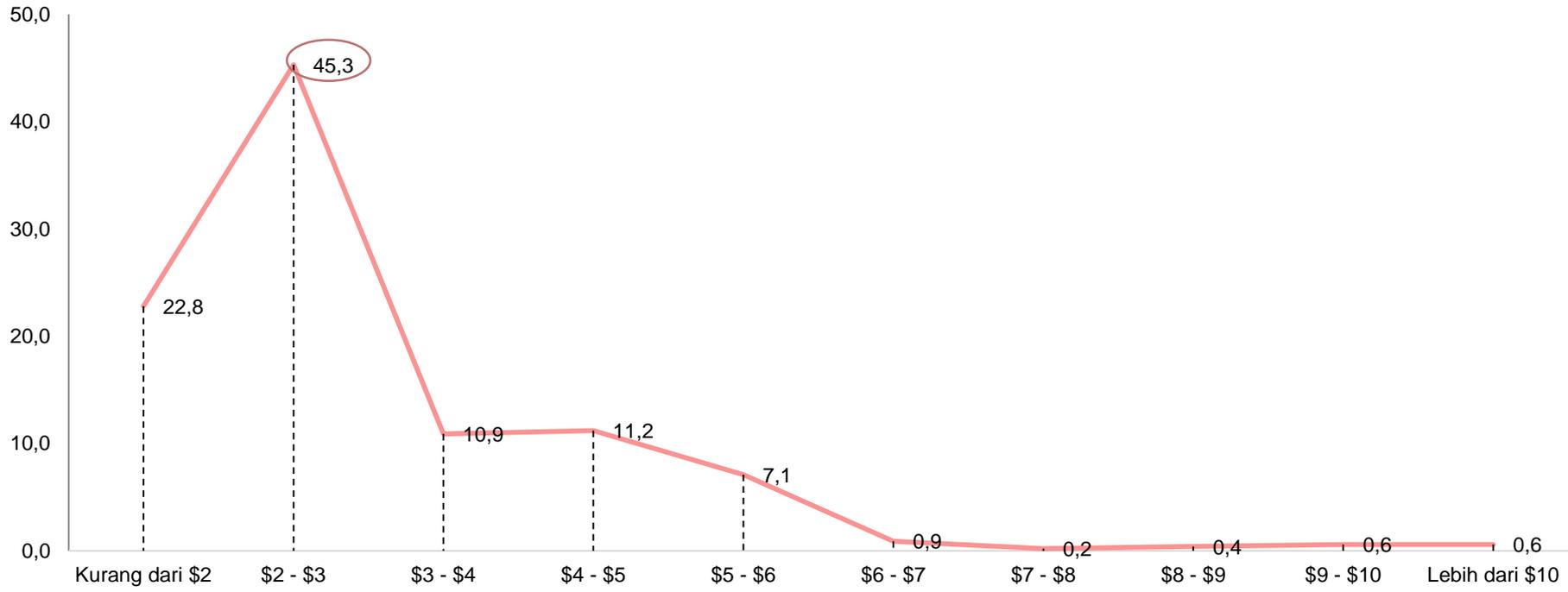
# 3. Harga dalam membeli suatu majalah

**[\$2 - \$3]** merupakan harga yang umum untuk membeli majalah

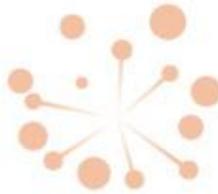
Di antara 10 orang responden, lebih dari 4 orang membeli majalah dengan kisaran harga **[\$2 - \$3]**, lalu di peringkat selanjutnya **[Kurang dari \$2]** dengan persentase sebesar 22.8%. Persentase paling rendah membeli majalah yaitu dengan kisaran harga **[\$7 - \$8]** dengan persentase sebesar 0.2%.

Satuan : %

**[Hasil 3.1] Harga dalam membeli suatu majalah**



© Q. Berapakah uang yang biasanya Anda keluarkan untuk membeli majalah? [SA] Berdasarkan n=534



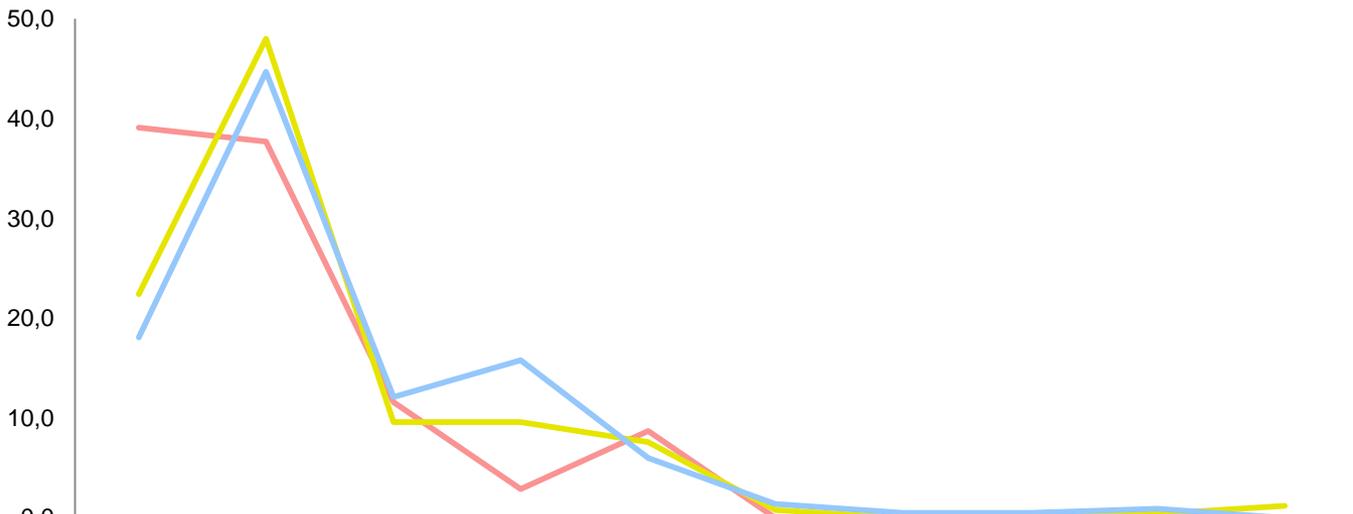
### 3. Harga dalam membeli suatu majalah

[Kurang dari \$2] merupakan harga yang paling umum dipilih oleh kelompok umur yang paling muda untuk membeli suatu majalah

[\$2 - \$3] merupakan harga yang paling banyak dipilih oleh 2 kelompok umur ini: 20 – 29, 30 tahun dan 30 tahun ke atas. Sementara itu, untuk kelompok umur yang paling muda (di bawah 20 tahun) membeli majalah dengan kisaran harga sekitar [Kurang dari \$2], dengan persentase sebesar 39.1%.

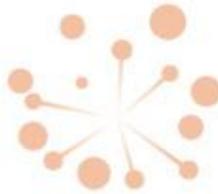
Satuan : %

[Hasil 3.2] Harga dalam membeli suatu majalah – Berdasarkan umur



	Kurang dari \$2	\$2 - \$3	\$3 - \$4	\$4 - \$5	\$5 - \$6	\$6 - \$7	\$7 - \$8	\$8 - \$9	\$9 - \$10	Lebih dari \$10
Di bawah 20 tahun (n = 69)	39,1	37,7	11,6	2,9	8,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
20 - 29 tahun (n= 250))	22,4	48,0	9,6	9,6	7,6	0,8	0,0	0,4	0,4	1,2
30 tahun dan 30 tahun ke atas (n = 215)	18,1	44,7	12,1	15,8	6,0	1,4	0,5	0,5	0,9	0,0

© Q. Berapakah uang yang biasanya Anda keluarkan untuk membeli majalah? [SA] Berdasarkan n=534



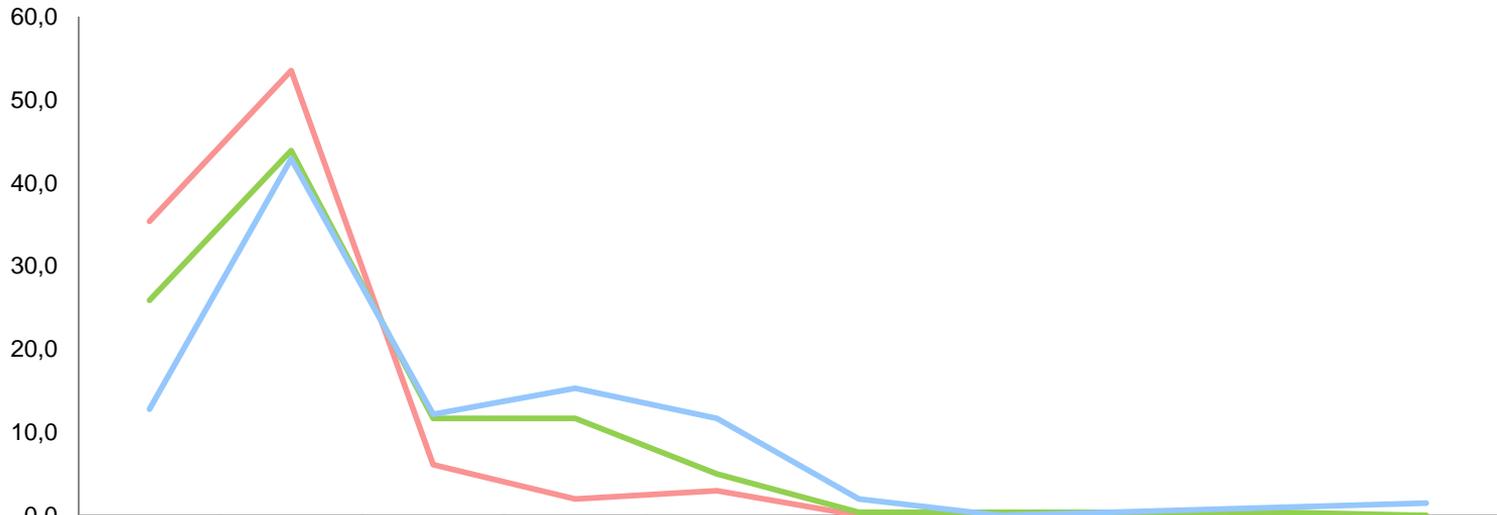
# 3. Harga dalam membeli suatu majalah

## Kelompok SES kalangan menengah dan atas memimpin pembelian majalah dengan harga yang tinggi

Seperti yang sudah ditampilkan pada grafik, kelompok SES untuk kalangan kelas bawah membeli majalah dengan kisaran harga [Kurang dari \$2]. Sedangkan, untuk kelas menengah dan kelas atas membeli majalah dengan kisaran harga [\$2 - \$3] dengan persentase sebesar 43.9% dan 42.9%.

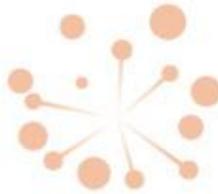
Satuan : %

[Hasil 3.3] Harga dalam membeli suatu majalah – Berdasarkan SES



	Kurang dari \$2	\$2 - \$3	\$3 - \$4	\$4 - \$5	\$5 - \$6	\$6 - \$7	\$7 - \$8	\$8 - \$9	\$9 - \$10	Lebih dari \$10
Kelas bawah (n = 99)	35.4	53.5	6.1	2.0	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Kelas menengah (n = 239)	25.9	43.9	11.7	11.7	5.0	0.4	0.4	0.4	0.4	0.0
Kelas atas (n = 196)	12.8	42.9	12.2	15.3	11.7	2.0	0.0	0.5	1.0	1.5

© Q. Berapakah uang yang biasanya Anda keluarkan untuk membeli majalah? [SA] Berdasarkan n=534

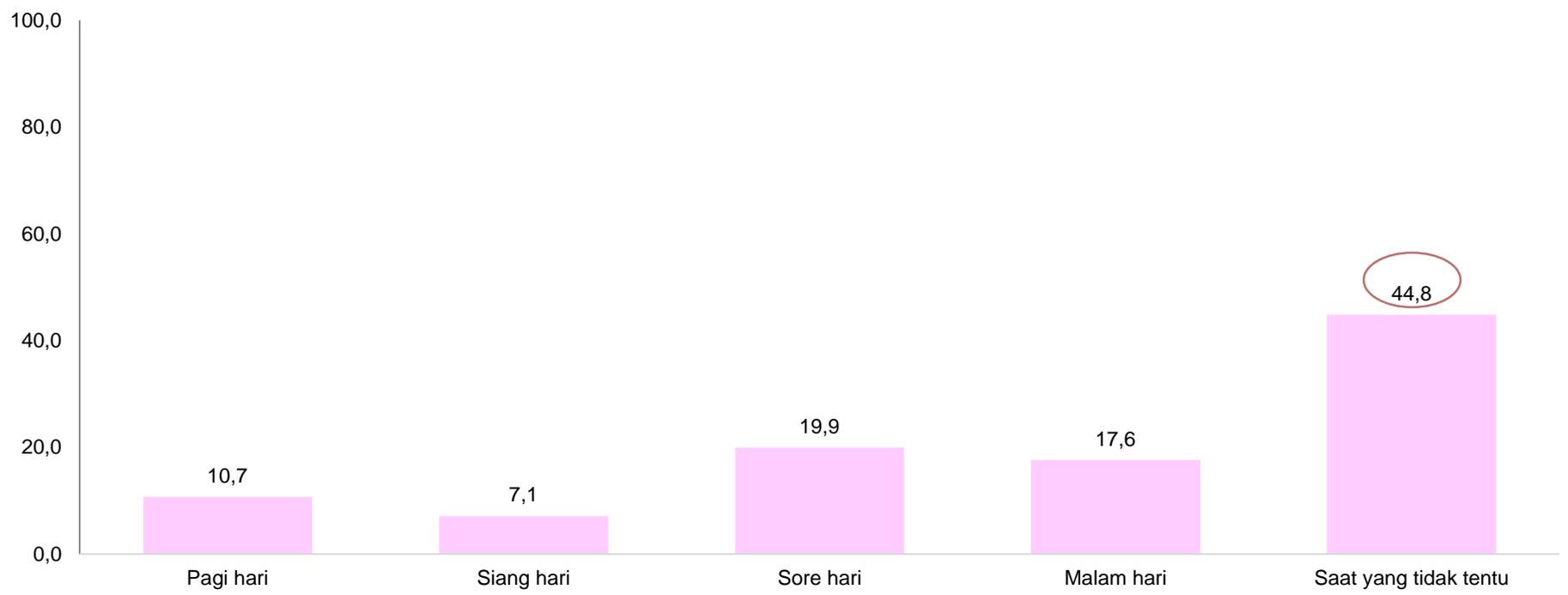


# 4. Waktu yang tepat untuk membaca majalah

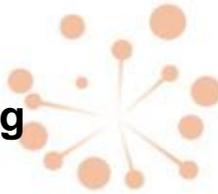
44.8% dari seluruh responden membaca majalah pada [Saat yang tidak tentu]

Mayoritas dari 534 orang yang mengikuti survei, mereka biasa membaca majalah pada [Saat yang tidak tentu] dengan jumlah persentase sebesar 44.6%, diikuti oleh [Sore hari] yang menduduki tempat kedua untuk waktu paling tepat untuk membaca majalah.

Satuan : %  
**[Hasil 4.1] Waktu yang tepat untuk membaca majalah**



© Q. Menurut Anda kapankah waktu yang paling tepat untuk membaca majalah? [SA] Berdasarkan n=534



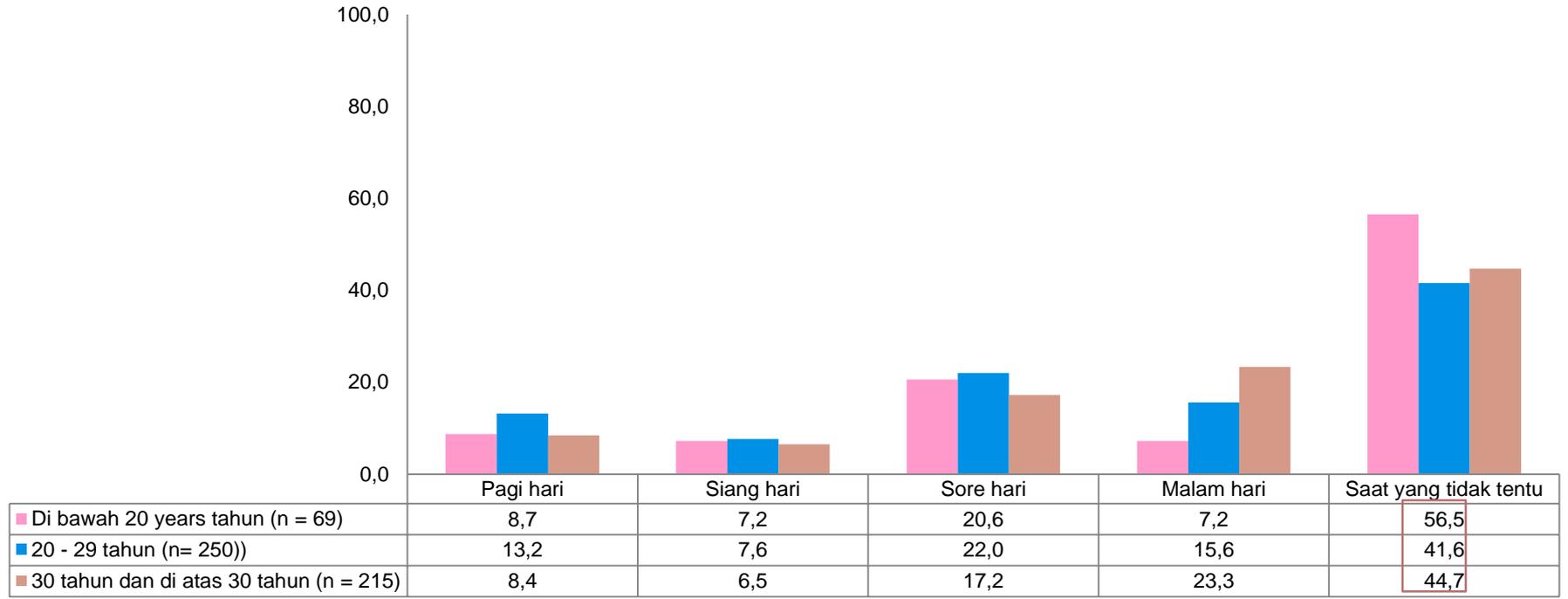
# 4. Waktu yang tepat untuk membaca majalah

Di antara kelompok umur yang ada, [Saat yang tidak tentu] merupakan waktu yang paling banyak dipilih untuk membaca majalah

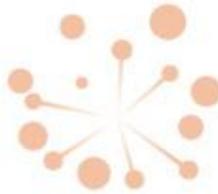
[Saat yang tidak tentu] merupakan waktu yang paling banyak dipilih untuk membaca majalah. Waktu yang paling banyak dipilih untuk selanjutnya adalah [Sore hari] waktu tersebut dipilih oleh kebanyakan kelompok yang ada kecuali responden yang berusia 30 tahun dan di atas 30 tahun yang memilih [Malam hari] sebagai opsi kedua untuk membaca majalah, dengan persentase sebesar 23.3%

Satuan : %

[Hasil 4.2] Waktu yang tepat untuk membaca majalah – Berdasarkan Umur



© Q. Menurut Anda kapankah waktu yang paling tepat untuk membaca majalah? [SA] Berdasarkan n=534



# 4. Waktu yang tepat untuk membaca majalah

## SES tidak memberikan dampak pengaruh yang banyak bagi waktu untuk membaca majalah

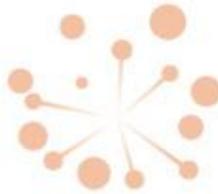
Berdasarkan dari pengeluaran rumah tangga per-bulan, sebagian besar responden membaca pada [Saat yang tidak tentu], kemudian pada saat [Sore hari] dan [Malam hari].

Satuan : %

[Hasil 4.3] Waktu yang tepat untuk membaca majalah – Berdasarkan SES



© Q. Menurut Anda kapankah waktu yang paling tepat untuk membaca majalah? [SA] Berdasarkan n=534



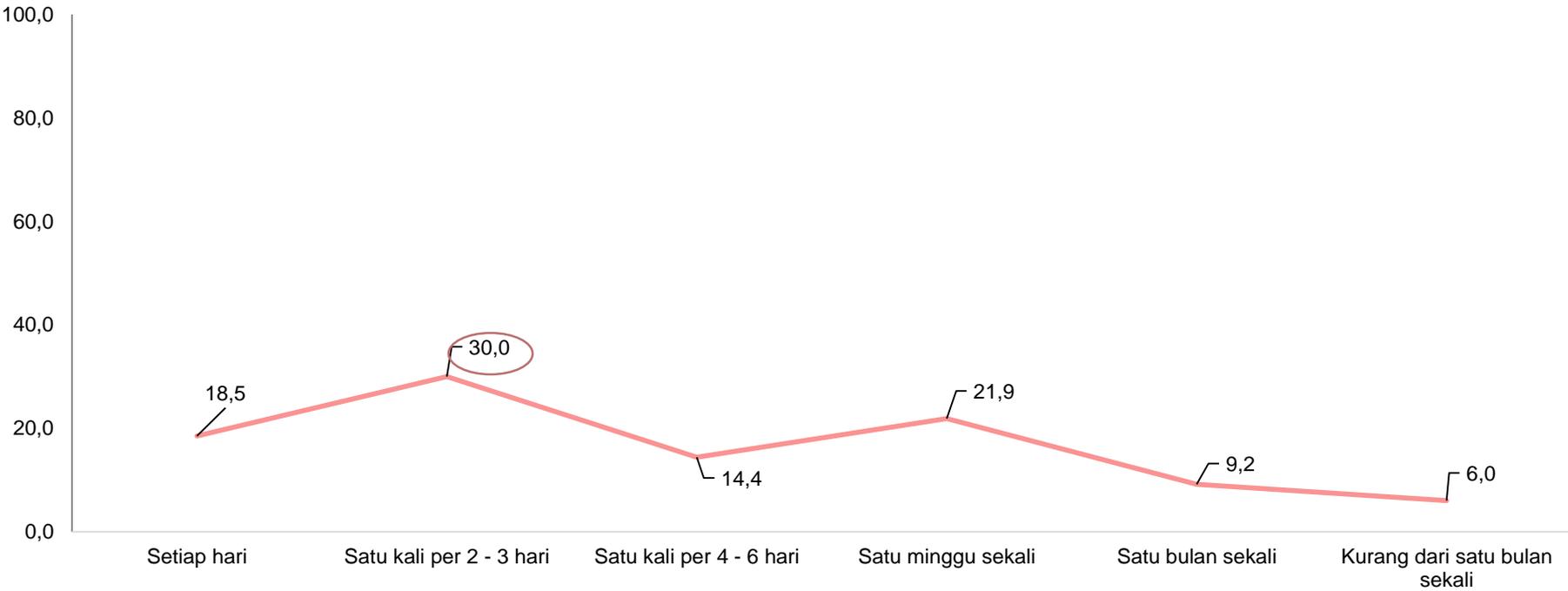
# 5. Frekuensi seseorang dalam membaca majalah

**30.0% dari reponden membaca majalah sebanyak satu kali per 2 – 3 hari**

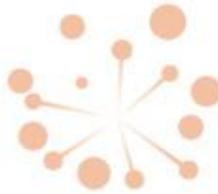
Sebagian besar dari responden membaca majalah sebanyak **[Satu kali per 2 – 3 hari]** dengan persentase 30.0%, diikuti oleh **[Setiap hari]** dengan persentase 18.5%.

Satuan : %

**[Hasil 5.1] Frekuensi seseorang dalam membaca majalah**



© Q. Seberapa sering Anda membaca majalah? [SA] Berdasarkan n=534



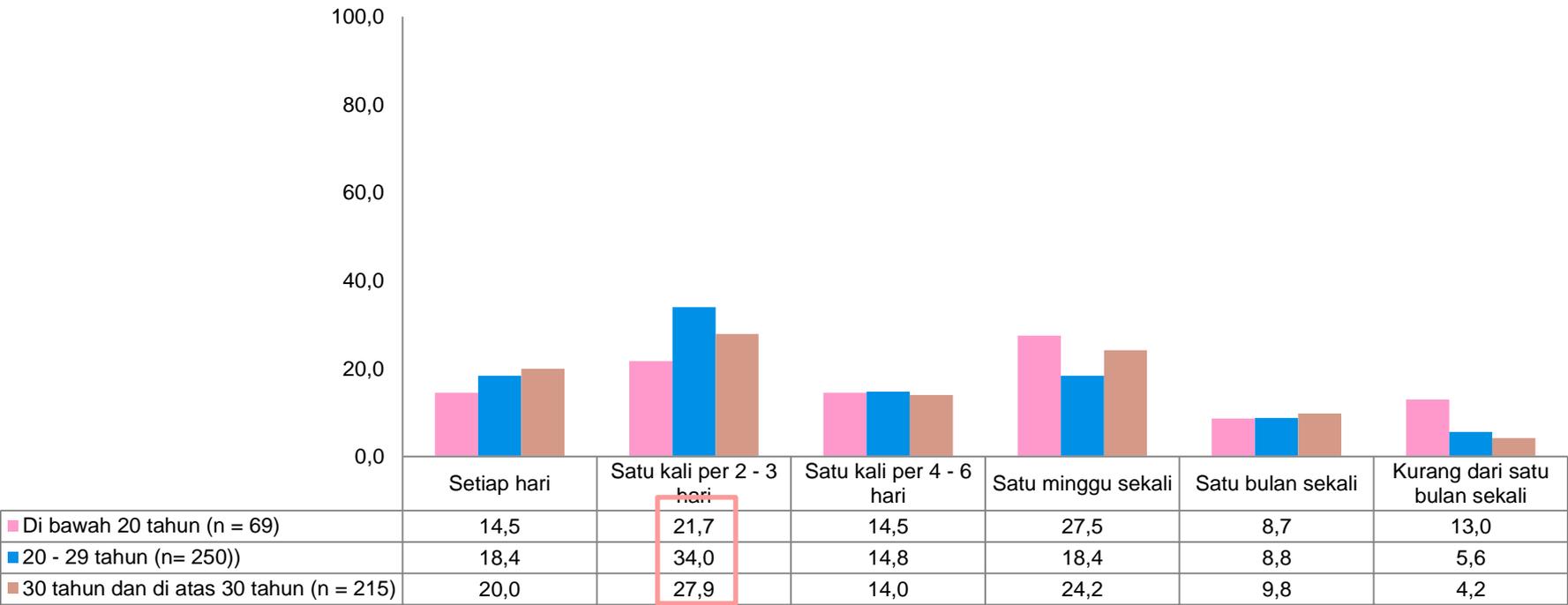
# 5. Frekuensi seseorang dalam membaca majalah

[Satu kali per 2 – 3 hari] merupakan frekuensi yang paling banyak dipilih oleh kelompok umur yang ada

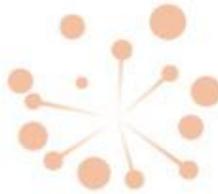
Seperti yang sudah terlihat pada grafik, hampir seluruh responden membaca majalah [Satu kali per 2 – 3 hari], dengan jumlah persentase masing-masing sebesar 21.7%, 34.0% dan 27.9%.

Satuan : %

[Hasil 5.2] Frekuensi seseorang dalam membaca majalah – Berdasarkan umur



© Q. Seberapa sering Anda membaca majalah? [SA] Berdasarkan n=534



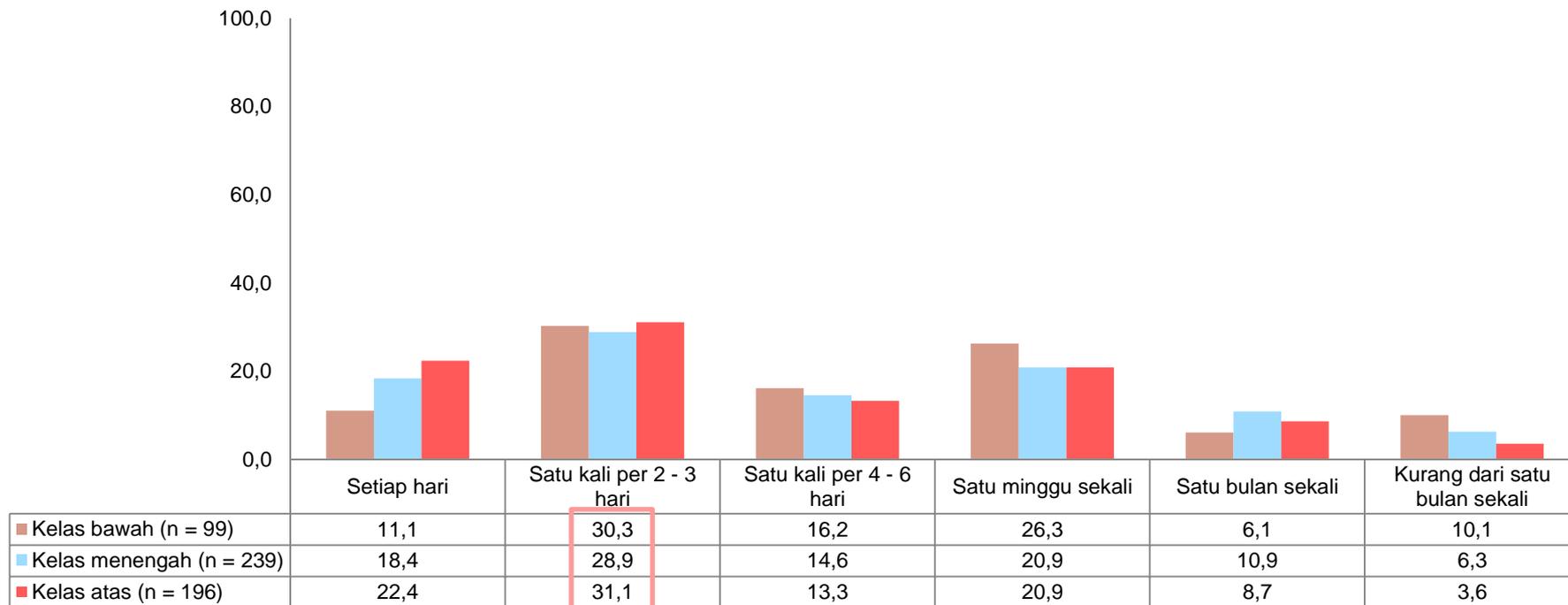
## 5. Frekuensi seseorang dalam membaca majalah

Sebagian besar dari kelompok SES membaca majalah sebanyak [Satu kali per 2 – 3 hari]

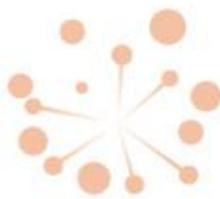
[Satu kali per 2 – 3 hari] merupakan pilihan membaca yang paling banyak dipilih oleh seluruh kelompok SES. Pada posisi kedua yaitu, [Satu kali per 4 – 6 hari] dipilih oleh kalangan kelas bawah, sementara itu kalangan kelas atas memilih [Setiap hari].

Satuan : %

[Hasil 5.3] Frekuensi sesorang dalam membaca majalah – Berdasarkan SES



© Q. Seberapa sering Anda membaca majalah? [SA] Berdasarkan n=534

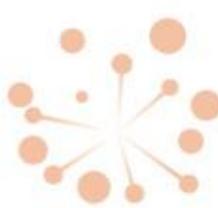


## **C. Hasil yang ditemukan pada riset**

**1. Data pembelian majalah wanita secara umum**

2. Tingkat kesadaran seseorang dalam membeli majalah wanita

# Tingkat kesadaran seseorang dalam membeli majalah wanita

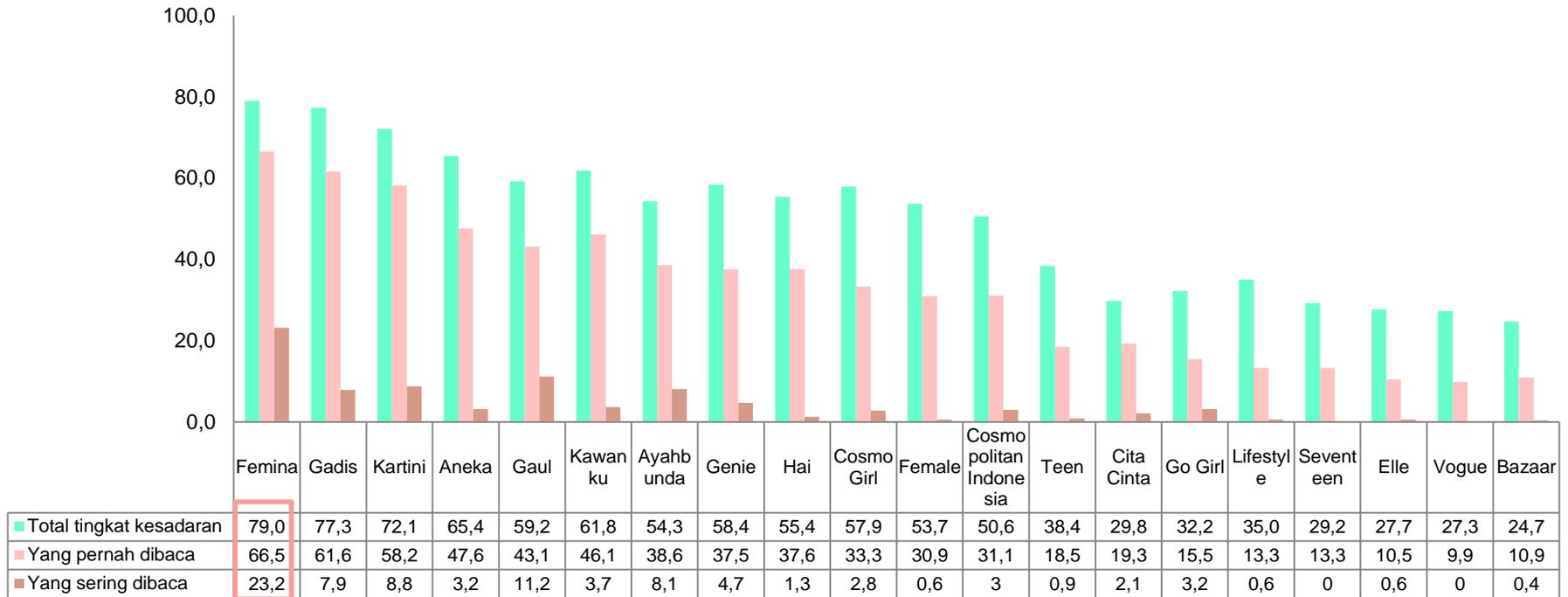


[Femina] memiliki nilai paling tinggi, yaitu 79.0%

Mayoritas orang mengetahui [Femina] dan selanjutnya [Gadis] kemudian [Kartini] dengan persentase masing-masing sebesar 79.0%, 77.3% dan 72.1%. [Femina] tetap menduduki peringkat paling tinggi untuk majalah Yang Pernah Dibaca dan Yang Paling Sering Dibaca

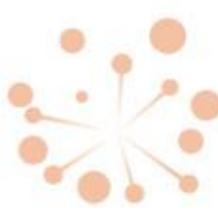
Satuan : %

[Hasil 1] Tingkat kesadaran seseorang dalam membeli majalah



© Q. Di antara pilihan majalah di bawah ini, majalah manakah yang Anda ketahui? [MA] Berdasarkan n=534  
 © Q. Di antara majalah yang Anda ketahui, apa nama majalah yang pernah Anda baca? [MA] Berdasarkan n=534  
 © Q. Di antara majalah yang pernah Anda baca, majalah manakah yang paling sering Anda baca? [SA] Berdasarkan n=534

# Tingkat kesadaran seseorang dalam membeli majalah wanita



Terdapat sedikit perbedaan di antara kelompok umur yang ada

[Femina] merupakan merek majalah yang diketahui secara umum oleh responden dengan kelompok umur 20 – 29 tahun dan juga kelompok umur 30 tahun dan di atas 30. Walaupun begitu, [Gadis] merupakan merek majalah yang diketahui secara umum di kalangan responden dengan kelompok umur di bawah 20 tahun

Satuan : %

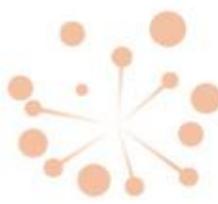
## [Hasil 2] Tingkat kesadaran seseorang dalam membeli majalah wanita – Berdasarkan umur

		Di bawah 20 tahun (n=69)	20 - 29 tahun (n=250)	30 tahun dan di atas 30 tahun (n=215)
Femina	Tingkat kesadaran	59.4	76.8	87.9
	Yang pernah dibaca	36.2	59.6	84.2
	Yang paling sering dibaca	5.8	16.8	36.3
Gadis	Tingkat kesadaran	76.8	78.8	75.8
	Yang pernah dibaca	63.8	62.8	59.5
	Yang paling sering dibaca	17.4	10.4	1.9
Kartini	Tingkat kesadaran	53.6	65.6	85.6
	Yang pernah dibaca	26.1	51.6	76.3
	Yang paling sering dibaca	2.9	6.8	13.0

© Q. Di antara pilihan majalah di bawah ini, majalah manakah yang Anda ketahui? [MA] Berdasarkan n=534

© Q. Di antara majalah yang Anda ketahui, apa nama majalah yang pernah Anda baca? [MA] Berdasarkan n=534

© Q. Di antara majalah yang pernah Anda baca, majalah manakah yang paling sering Anda baca? [SA] Berdasarkan n=534



# Tingkat kesadaran seseorang dalam membeli majalah wanita

Dari 10 orang dengan pengeluaran di kelompok kelas Menengah dan kelas Atas, terdapat 8 orang yang mengetahui [Femina]

Berdasarkan biaya pengeluaran rumah tangga per-bulan, [Femina] mencapai persentase tertinggi untuk Tingkat Kesadaran seseorang dalam membeli majalah, Majalah Yang Pernah Dibaca dan Majalah Yang Paling Sering Dibaca. Untuk [Gadis] dan [Kartini], posisi mereka hanya bergeser sedikit untuk kelompok SES yang ada.

Satuan : %

## [Hasil 3] Tingkat kesadaran seseorang dalam membeli majalah – Berdasarkan SES

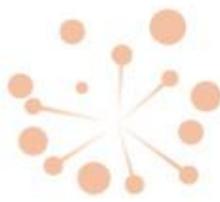
		Kelas bawah (n=99)	Kelas menengah (n=239)	Kelas atas (n=196)
Femina	Tingkat kesadaran	62.6	82.0	83.7
	Yang pernah dibaca	46.5	68.2	74.5
	Yang paling sering dibaca	10.1	25.1	27.6
Gadis	Tingkat kesadaran	72.7	81.6	74.5
	Yang pernah dibaca	56.6	67.4	57.1
	Yang paling sering dibaca	14.1	7.9	4.6
Kartini	Tingkat kesadaran	54.5	72.4	80.6
	Yang pernah dibaca	38.4	56.5	70.4
	Yang paling sering dibaca	4.0	8.8	11.2

© Q. Di antara pilihan majalah di bawah ini, majalah manakah yang Anda ketahui? [MA] Berdasarkan n=534

© Q. Di antara majalah yang Anda ketahui, apa nama majalah yang pernah Anda baca? [MA] Berdasarkan n=534

© Q. Di antara majalah yang pernah Anda baca, majalah manakah yang paling sering Anda baca? [SA] Berdasarkan n=534

# Nilai rata-rata terhadap majalah yang dikenal

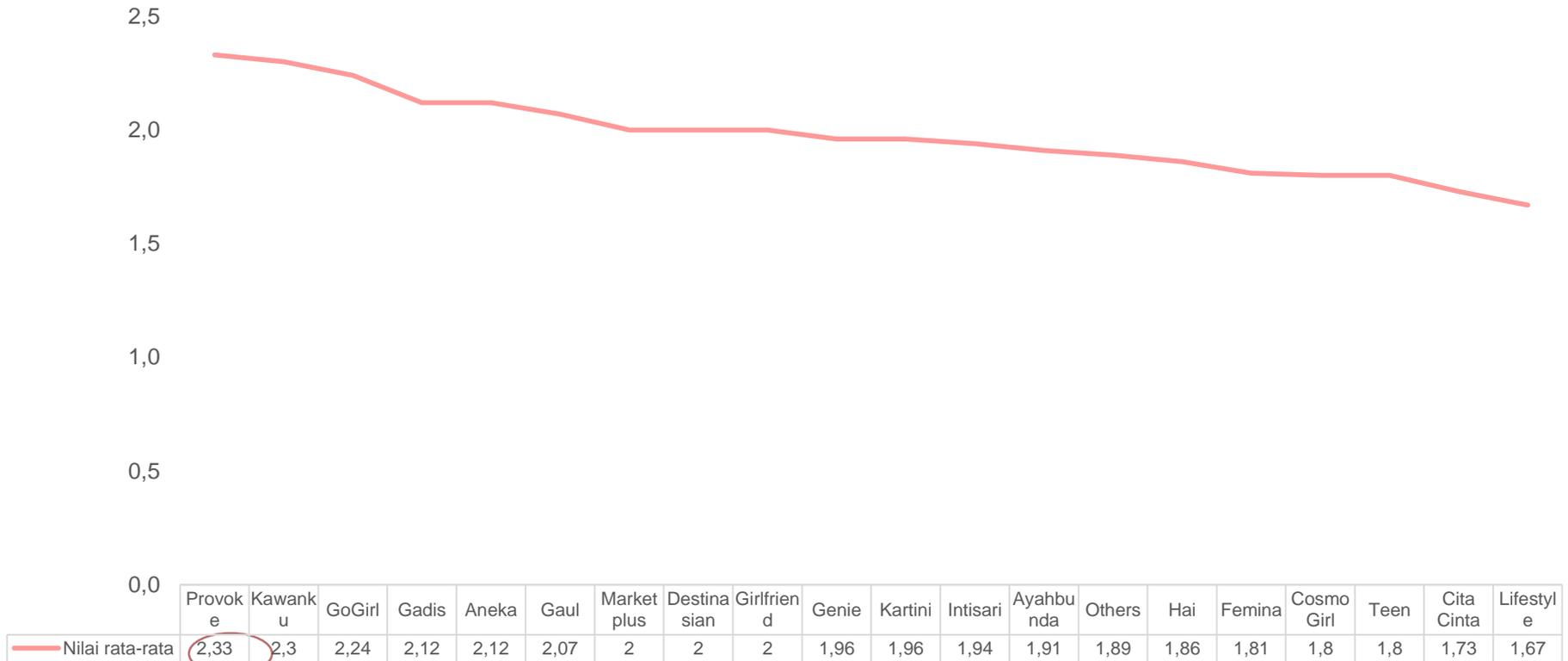


## Sebagian besar responden berniat untuk membeli [Provoke]

[Provoke] merupakan merek majalah wanita yang dikenal oleh kelompok umur yang ada dan memiliki daya tarik yang kuat untuk dibeli, dengan persentase sebesar 2.33.

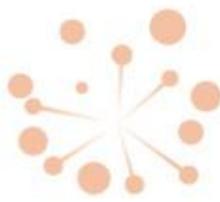
Satuan : %

### Nilai rata-rata terhadap majalah yang dikenal



© Q. Mohon informasikan kepada kami, merek majalah manakah yang Anda pertimbangkan untuk dibeli pada bulan depan? [SA] Based on n=534

# Nilai rata-rata terhadap majalah yang dikenal

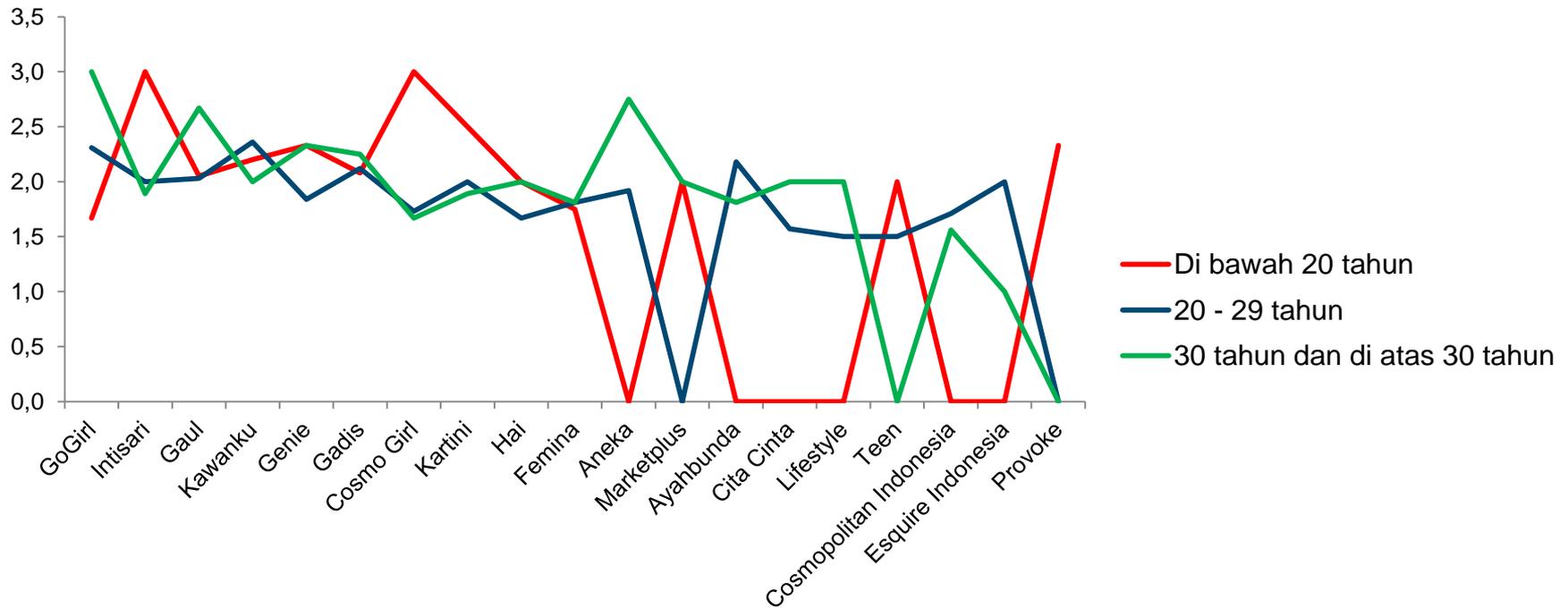


Berdasarkan kelompok umur yang ada, terdapat sedikit perbedaan terhadap majalah yang dikenal

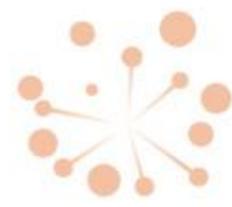
Seperti yang sudah terlihat pada grafik, **[Go Girl]** memimpin menjadi merek majalah wanita yang diperhitungkan untuk dibeli pada bulan depan dan juga merupakan merek majalah yang dikenal diantara kelompok umur yang ada.

Satuan  
: %

Nilai rata-rata terhadap majalah yang dikenal – Berdasarkan umur



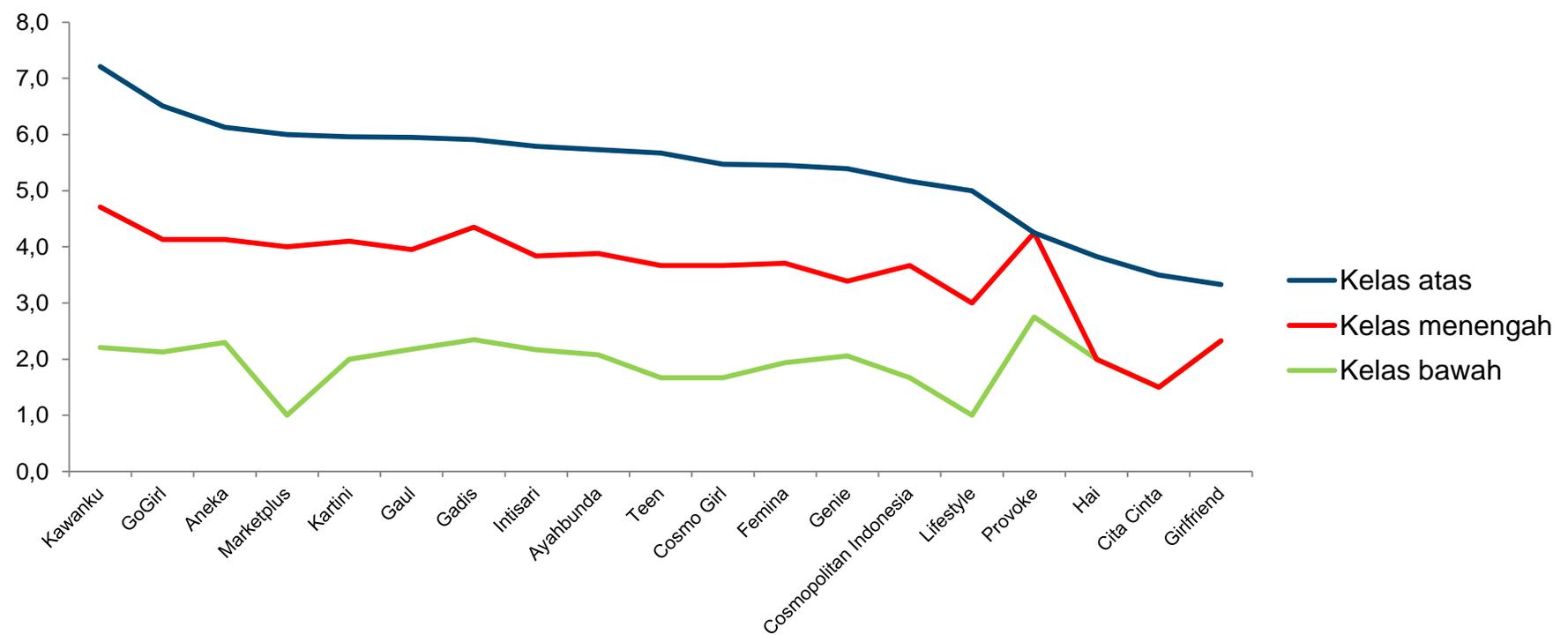
# Nilai rata-rata terhadap majalah yang dikenal



## Tidak terdapat banyak perbedaan pada kelompok SES

Untuk kelompok kelas bawah dan kelas menengah, [**Provoke**] merupakan merek majalah yang dikenal dan mencapai peringkat tertinggi yang diperhitungkan untuk dibeli pada bulan depan. Sementara itu, untuk kelompok kelas atas, [**Kawanku**] mencapai peringkat tertinggi pula.

Satuan : %  
**Nilai rata-rata terhadap majalah yang dikenal – Berdasarkan SES**



© Q. Mohon informasikan kepada kami, merek majalah manakah yang Anda pertimbangkan untuk dibeli pada bulan depan? [SA] Based on n=534

PT. Nusaresearch merupakan perusahaan yang 100% diinvestasi oleh Jepang. Bisnis utama kami adalah ‘Riset Online’, ‘Kreatif Web’ dan ‘Marketing Web’. Riset online dilakukan berdasarkan Nusaresearch – yang dikelola secara aktif dengan 28.000 anggota panel kami dari berbagai segmentasi di seluruh Indonesia.

## **UNTUK PERTANYAAN LEBIH LANJUT, MOHON UNTUK MENGHUBUNGI:**

### **PT. Nusaresearch**

- » Alamat: 21H, Grand Slipi Tower, Jl. S. Parman Kav. 22 - 24, Slipi, Jakarta Barat 11480, Jakarta, Indonesia
- » Telepon kantor: +62 21 29022227    Fax: +62 21 29022244
- » Email: [info@nusaresearch.com](mailto:info@nusaresearch.com)
- » Website: <http://nusaresearch.com>



Hak cipta dari laporan ini merupakan milik PT. Nusaresearch.. Hasil (analisa, kata-kata, data, tabel dan grafik) dari survei ini dapat digunakan secara umum, tetapi harus dikutip dan bersumber dari (juga mencakup alamat website <http://nusaresearch.com>).