



**“PENGARUH STRATEGI POSITIONING TERHADAP PERILAKU  
PASCAPEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG”**  
(Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010,  
2011,2012 di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)

**SKRIPSI**

Oleh

**MIFTAHUL FUAD**

**NIM. 080210391026**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**



**“PENGARUH STRATEGI POSITIONING TERHADAP PERILAKU  
PASCAPEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG”**  
(Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010,  
2011,2012 di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memnuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan (S1)  
pada Program Studi Pendidikan Ekonomi

Oleh

**MIFTAHUL FUAD  
NIM. 080210391026**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**

## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh kebahagiaan dan rasa syukur yang tak terhingga skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT, atas ridho dan amanah-Nya sehingga saya bisa mendapatkan kesempatan untuk belajar semua ilmu yang luar biasa ini. Semoga barokah atas semua yang saya kerjakan selama ini;
2. Rasulullah Muhammad SAW, Puja-puji syukur telah membawa pencerahan dan suritauladan sehingga sampailah saya pada saat ini;
3. Kedua orang tua tercinta, ibunda Mastufah dan Ayah Mahfid tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, bimbingan dan kasih sayang tiada henti, serta pengorbanan yang telah dilakukan untuk setiap waktu. Senyum dan kebahagiaan mereka adalah harapan terbesar saya;
4. Adik tersayang, Yulia Nuril Firdausiah dan Ahmad Fadhoil yang selalu memberi keceriaan dan semangat untuk tetap berjuang;
5. Guru-guruku terhormat, TK Kasemek, SD Negeri 01 Pakisan, SMP Negeri 4 Bondowoso, SMA Negeri 1 Tenggarang beserta dosen-dosen di Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Jember yang telah memberikan ilmu dan mendidik dengan penuh kesabaran guna menjadikan saya orang yang berilmu dan bertaqwa;
6. Almamater yang ku banggakan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

## MOTTO

“ Maha Suci Engkau, tidak ada yang kami ketahui selain dari apa yang telah Engkau ajarkan kepada kami; sesungguhnya Engkaulah Yang Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana ”  
**(QS. Al-Baqarah Ayat 32)** \*)

“ Sesungguhnya Allah tidak merubah nasib suatu kaum sampai mereka bisa merubah nasibnya sendiri ”  
**(Qs. Ar-Ra’du ayat 11)** \*)

“ Kegagalan itu hanya terjadi jika kita menyerah ”  
( Penulis )

---

\*) Kementerian urusan Agama Islam Kerajaan Saudi Arabia. 2002. *Al Qur'an dan Terjemahannya*. Saudi Arabia: Mujamma' Al Malik Fahdli Thiba'.

## PERNYATAAN

Nama : Miftahul Fuad  
NIM : 080210391026  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Strategi *Positioning* Terhadap Perilaku Pascapembelian *Handphone Samsung*”** (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010, 2011 dan 2012 di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember) adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi mana pun, serta jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 22 Mei 2013  
Yang menyatakan,

Miftahul Fuad  
NIM 080210391026

## HALAMAN PERSETUJUAN

### “PENGARUH STRATEGI POSITIONING TERHADAP PERILAKU PASCAPEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG”

(Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010,  
2011,2012 di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)

### SKRIPSI

diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana  
Strata Satu Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan  
Ekonomi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Kependidikan  
Universitas Jember

Nama Mahasiswa	: Miftahul Fuad
NIM	: 080210391026
Program Studi	: Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun	: 2008
Tempat, Tanggal Lahir	: Bondowoso, 29 Desember 1989

Disetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

**Drs. Joko Widodo, M.M**  
**NIP. 19600217 198603 1 003**

**Dra. Retna Ngesti S, M.P.**  
**NIP. 19670715 199403 2 004**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**PENGARUH STRATEGI POSITIONING TERHADAP PERILAKU PASCAPEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG** (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010, 2011, 2012 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Rabu, 22 Mei 2013

Tempat : Gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

Tim Penguji :

Ketua

Sekretaris

Drs. Joko Widodo, M.M  
NIP. 19600217 198603 1 003

Dra. Retna Ngesti S, M.P  
NIP. 19670715 199403 2 004

Anggota :

1. Dra.Sri Wahyuni, M.Si  
NIP. 19570528 198403 2 002  
1.( ..... )
2. Hety Mustika Ani, M.Pd  
NIP. 19800827 200604 2  
2.( ..... )

Mengetahui,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd.  
NIP. 19540501 198303 1 005

## RINGKASAN

**“Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Perilaku Pascapembelian Handphone SAMSUNG”** (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010, 2011 dan 2012 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)”. Miftahul Fuad, 080210391026; 2013: 58 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Latar belakang penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi *positioning* terhadap perilaku pascapembelian konsumen *handphone* SAMSUNG. Variabel independen yang diteliti yaitu; atribut produk ( $X_1$ ), manfaat produk ( $X_2$ ), pemakai produk ( $X_3$ ), harga produk ( $X_4$ ) dengan variabel dependen yaitu perilaku pascapembelian yaitu; kepuasan, rekomendasi dan pembelian ulang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh yang signifikan dari variabel *positioning* (atribut produk, manfaat produk, pemakai produk dan harga produk) terhadap perilaku pascapembelian konsumen dan untuk mengetahui variabel manakah dari *positioning* (atribut produk, manfaat produk, pemakai produk dan harga produk) yang mempunyai pengaruh dominan terhadap perilaku pascapembelian konsumen.

Populasi penelitian adalah mahasiswa/i Pendidikan Ekonomi angkatan 2010, 2011 dan 2012 yang menggunakan *handphone* SAMSUNG yakni sebanyak 56 mahasiswa, maka peneliti menggunakan semua responden penelitian dengan pertimbangan bahwa jumlah tersebut sudah melebihi jumlah responden minimal dalam penelitian ( $n=30$ ). Variabel yang diteliti adalah atribut produk ( $X_1$ ), manfaat produk ( $X_2$ ), pemakai produk ( $X_3$ ), harga ( $X_4$ ) dan perilaku pascapembelian konsumen ( $Y$ ). Pengumpulan data menggunakan instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t, sedangkan untuk menganalisis data, yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis regresi berganda diperoleh persamaan

$$Y = 3,575 + (0,882)X_1 + (0,446)X_2 + (0,487)X_3 + (0,349)X_4 + e_i$$



Seluruh variabel independen memiliki korelasi yang searah dengan variabel dependen sehingga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara atribut produk, manfaat produk, pemakai produk dan harga produk terhadap perilaku pascapembelian handphone Samsung. Hasil uji F atau simultan diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 44,152 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,553 maka ( $44,152 \geq 2,553$ ) yang berarti signifikan dan menerima hipotesis alternatif. Hasil pengujian secara parsial variabel atribut produk diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 5,896 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,003 dengan nilai signifikansi ( $5,896 \geq 2,003$ ), variabel manfaat produk diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,789 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,003 dengan nilai signifikansi ( $2,789 \geq 2,003$ ), variabel pemakai produk diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,944 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,003 dengan nilai signifikansi ( $2,944 \geq 2,003$ ), variabel harga produk diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,360 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,003 dengan nilai signifikansi ( $2,360 \geq 2,003$ ). Dengan menggunakan koefisien beta dapat diperoleh persentase besarnya pengaruh yang diberikan oleh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat yakni atribut produk sebesar 40,13%, manfaat produk 13,76%, pemakai produk sebesar 16,46% dan harga produk sebesar 7,22%. Hasil penelitian ini juga dapat diketahui bahwa variabel atribut produk ( $X_1$ ) merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap perilaku pascapembelian (Y).

Koefisien determinasi  $R^2$  (*R square*) digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh simultan dari variabel bebas terhadap variabel terikat, maka diperoleh nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,776 atau 77,6% terhadap naik turunnya perilaku pascapembelian, sisanya sebesar 22,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi *positioning* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen pascapembelian *handphone* SAMSUNG dan variabel atribut produk ( $X_1$ ) adalah variabel dari *positioning* yang mempunyai pengaruh dominan terhadap perilaku pascapembelian *handphone* SAMSUNG.

**Kata kunci:** *positioning*, perilaku konsumen pascapembelian, *handphone*, SAMSUNG

## **PRAKATA**

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul “Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Perilaku Pascapembelian Handphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010, 2011 dan 2012 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)” Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) di Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Drs. Sumarjono, M.Si, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dr. Sukidin, M. Pd, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Joko Widodo, M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Dra. Retna Ngesti Sedyati, M.P selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi serta ibu Dra. Sri Wahyuni, M.Si selaku dosen pembahas dan ibu Hety Mustika Ani, M.Pd selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan pada skripsi ini;
5. Seluruh dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember yang telah banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;

6. Kedua orang tua tercinta, ibunda Mastufah dan Ayahanda Mahfid tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, bimbingan dan kasih sayang tiada henti, serta pengorbanan yang telah dilakukan untuk setiap waktu. Senyum dan kebahagiaan mereka adalah harapan terbesar saya;
7. Yulianis Surya Putri yang setia menemani, memberikan doa, memberikan dukungan dan motivasi dari awal kuliah sampai pada proses penyelesaian tugas akhir ini;
8. Sahabat-sahabat terbaikku Arief, Fazza, Lexs, Arif Rahman, Hikma, Santo, Hadisman, An'im, Huda, Bisri, Jihan, Cepy, Putri, Lidya dan semua teman-teman Pendidikan Ekonomi terutama angkatan 2008 yang bersedia menemani selama masa-masa kuliah dan terima kasih atas kebersamaannya selama ini;
9. Semua teman-teman kostn Bentenk Corp Jl. Kalimantan X/111. Terima kasih atas dorongan semangatnya serta terimakasih atas kebersamaannya selama ini;
10. Seluruh teman-teman KK-PPL yang pernah hadir dalam perjalanan studiku di Universitas Jember ini;
11. Semua pihak yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember , 22 Mei 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	i
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	ii
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	iv
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	v
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	vi
<b>RINGKASAN.....</b>	vii
<b>PRAKATA.....</b>	ix
<b>DAFTAR ISI.....</b>	xi
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	xvi
<b>BAB 1. PENDAHULUAN.....</b>	1
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	1
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	7
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	7
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	8
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	9
<b>2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....</b>	9
<b>2.2 Teori Dasar Tentang Pemasaran.....</b>	10
<b>2.3 Teori Dasar Tentang Strategi Positioning.....</b>	11
2.3.1 Positioning Berdasarkan Atribut Produk.....	12
2.3.2 Positioning Berdasarkan Manfaat Produk.....	14
2.3.3 Positioning Berdasarkan Pemakai Produk.....	15
2.3.4 Positioning Berdasarkan Harga Produk.....	16
<b>2.4 Teori Dasar Tentang Proses Keputusan Pembelian.....</b>	17

2.4.1	Kepuasan Konsumen.....	20
2.4.2	Rekomendasi.....	20
2.4.3	Pembelian Ulang.....	21
<b>2.5</b>	<b>Gambarang Umum Handphone Samsung.....</b>	<b>21</b>
<b>2.6</b>	<b>Hubungan Strategi Positioning dengan Perilaku Pascapembelian.....</b>	<b>22</b>
<b>2.7</b>	<b>Kerangka Pemikiran Penelitian.....</b>	<b>22</b>
<b>2.8</b>	<b>Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>24</b>
<b>BAB 3.</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
<b>3.1</b>	<b>Rancangan penelitian.....</b>	<b>25</b>
<b>3.2</b>	<b>Penentuan Lokasi Penelitian.....</b>	<b>25</b>
<b>3.3</b>	<b>Metode Penentuan Responden.....</b>	<b>26</b>
<b>3.4</b>	<b>Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>26</b>
3.4.1	Atribut Produk.....	27
3.4.2	Manfaat Produk.....	27
3.4.3	Pemakai Produk.....	28
3.4.4	Harga Produk.....	29
3.4.5	Perilaku Pascapembelian.....	29
<b>3.5</b>	<b>Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>30</b>
3.5.1	Jenis Data.....	30
3.5.2	Metode Pengumpulan Data.....	31
<b>3.6</b>	<b>Tehnik Pengolahan Data.....</b>	<b>31</b>
3.6.1	Editing.....	31
3.6.2	Skoring.....	32
3.6.3	Tabulasi.....	33
<b>3.7</b>	<b>Metode Analisis Data.....</b>	<b>33</b>
3.7.1	Uji Validitas.....	33
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	34

3.7.3 Analisis Deskriptif.....	35
3.7.4 Analisis Inferensial.....	35
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
<b>4.1 Data Pendukung.....</b>	<b>39</b>
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	39
4.1.2 Gambaran Umum handphone Samsung.....	39
4.1.3 Data Utama.....	40
<b>4.2 Analisis Deskriptif.....</b>	<b>41</b>
4.2.1 Deskripsi Tentang Atribut Produk.....	41
4.2.2 Deskripsi Tentang Manfaat Produk.....	42
4.2.3 Deskripsi Tentang Pemakai Produk.....	43
4.2.4 Deskripsi Tentang Harga Produk.....	44
4.2.5 Deskripsi Tentang Perilaku Pascapembelian.....	45
<b>4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....</b>	<b>46</b>
4.3.1 Uji Validitas.....	46
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	47
<b>4.4 Analisis Data.....</b>	<b>49</b>
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4.4.2 Analisis Garis Regresi.....	51
4.4.3 Uji F.....	52
4.4.4 Uji t.....	52
4.4.5 Koefisien Determinasi Parsial.....	53
<b>4.5 Pembahasan.....</b>	<b>54</b>
<b>BAB 5. PENUTUP.....</b>	<b>58</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>58</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>58</b>
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>59</b>
<b>Lampiran-lampiran.....</b>	<b>61</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Data Responden.....	26
3.2 Kriteria r hitung (r alpha).....	34
4.1 Deskripsi penilaian konsumen tentang atribut produk.....	41
4.2 Deskripsi penilaian konsumen tentang manfaat produk.....	42
4.3 Deskripsi penilaian konsumen tentang pemakai produk.....	43
4.4 Deskripsi penilaian konsumen tentang harga produk.....	44
4.5 Deskripsi penilaian konsumen tentang perilaku pascapembelian.....	45
4.6 Hasil Uji Validitas .....	46
4.7 Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan Dengan Reliabilitas Instrumen .....	48
4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	48
4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	49
4.10 Hasil Analisis Garis Regresi .....	51
4.11 Hasil Analisis Uji F .....	52
4.12 Hasil Analisis Uji t .....	52
4.13 Hasil Analisis Koefisien Beta.....	53

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	23



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
<b>A. Matriks Penelitian.....</b>	61
<b>B. Tuntunan Penelitian.....</b>	62
<b>C. Angket Penelitian.....</b>	66
<b>D. Pedoman Wawancara.....</b>	72
<b>E. Data Angket.....</b>	73
<b>F. Transkrip Wawancara.....</b>	76
<b>G. Tabel SPSS.....</b>	79
<b>H. Tabel r Product Moment.....</b>	89
<b>I. Tabel Nilai F.....</b>	90
<b>J. Tabel Nilai t.....</b>	93
<b>K. Daftar Nama Responden.....</b>	96
<b>L. Foto Kegiatan.....</b>	98
<b>M. Data <i>Handphone</i> SAMSUNG.....</b>	102
<b>N. Surat Izin Penelitian.....</b>	106
<b>O. Lembar Konsultasi.....</b>	107
<b>P. Daftar Riwayat Hidup.....</b>	109