



**ANALISIS PEMETAAN *PRODUCT POSITIONING* ASURANSI
JIWA BERSAMA BUMI PUTERA 1912 BERBASIS
PERSEPSI KONSUMEN DI KOTA JEMBER**

***ANALYSIS MAPPING PRODUCT POSITIONING ASURANSI JIWA
BERSAMA BUMI PUTERA 1912 BASED CONSUMER
PERCEPTIONS IN JEMBER***

SKRIPSI

Oleh:

MEYDI HARIYANTO

NIM. 050810201110

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2013



**ANALISIS PEMETAAN *PRODUCT POSITIONING* ASURANSI
JIWA BERSAMA BUMI PUTERA 1912 BERBASIS
PERSEPSI KONSUMEN DI KOTA JEMBER**

***ANALYSIS MAPPING PRODUCT POSITIONING ASURANSI Jiwa
BERSAMA BUMI PUTERA 1912 BASED CONSUMER
PERCEPTIONS IN JEMBER***

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan
mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

MEYDI HARIYANTO

NIM. 050810201110

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2013

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : MEYDI HARIYANTO
NIM : 050810201110
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : PEMASARAN
Judul Skripsi : **ANALISIS PEMETAAN *PRODUCT POSITIONING*
ASURANSI JIWA BERSAMA BUMI PUTERA 1912
BERBASIS PERSEPSI KONSUMEN DI KOTA
JEMBER**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah di ajukan pada institusi mana pun dan bukan karya 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 mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 15 Januari 2013

MEYDI HARIYANTO

NIM. 050810201110

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : *ANALISIS PEMETAAN PRODUCT POSITIONING
ASURANSI Jiwa BERSAMA BUMI PUTERA 1912
BERBASIS PERSEPSI KONSUMEN DI KOTA JEMBER*

Nama Mahasiswa : MEYDI HARIYANTO

NIM : 050810201110

Jurusan : MANAJEMEN

Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Moh. Dimiyati, SE, M.Si
NIP. 19670421 199403 1 008

Drs. Ketut Indraningrat, M.Si
NIP. 19610710 198902 1 002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Prof. Dr. Hj. Istifadah, M.Si
NIP. 19661020 199002 2 001

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS PEMETAAN *PRODUCT POSITIONING* ASURANSI Jiwa
BERSAMA BUMI PUTERA 1912 BERBASIS PERSEPSI KONSUMEN DI
KOTA JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : MEYDI HARIYANTO

NIM : 050810201110

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

29 Januari 2013

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dr. Deasy Wulandari, SE., M.Si :.....
NIP. 19730908 200003 2 001

Sekretaris: Gusti Ayu Wulan, SE., MM :.....
NIP. 19830912 200812 2 001

Anggota : Dr. Moh. Dimyati, SE., M.Si :.....
NIP. 19670421 199403 1 008

Mengetahui / Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si
NIP. 19630614 199002 1 001

LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan kepada :

1. AYAH DAN IBUKU YANG TELAH MEMBERIKAN SEMUA KASIH SAYANGNYA.
2. SESEORANG YANG SELALU MEMBERIKAN DUKUNGAN & SEMANGAT.
3. PARA SAHABAT FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER.
4. ALMAMATER TERCINTA, TEMPAT AKU MENCARI ILMU.

MOTTO

***”Ketika kita mendapat kesuksesan, janganlah lupa bahwa Allah SWT
ada dibaliknya dan sisihkan kesuksesan itu untuk
orang-orang yang membutuhkan”***

(Meydi Hariyanto)

***”Pengalaman hidup yang pahit justru akan membuat seseorang
bertambah dewasa dalam berfikir”***

(Anonymous)

***”Apapun yang terjadi kepada kita semua bisa menjadi hal yang terbaik, jika
kita semua tidak membiarkannya merusak hal-hal yang terbaik dalam diri kita”***

(Mario Teguh)

RINGKASAN

Analisis Pemetaan *Product Positioning* Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Berbasis Persepsi Konsumen di Kota Jember; Meydi Hariyanto, 050810201110; 2013: 67 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui peta *positioning* produk Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Jember berdasarkan berdasarkan persepsi konsumen di kota Jember. Penentuan sample dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sample dalam penelitian ini adalah 60 responden yang berusia ≥ 18 tahun serta mengetahui, menggunakan atau bisa membandingkan jasa Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912, Asuransi Jiwa Sinarmas, Asuransi Jiwasraya dan Asuransi Jiwa Prudential. Tipe pengukuran data yang digunakan dalam penelitian adalah pengukuran bertingkat dengan *skala likert*. Metode analisis data menggunakan MDS (*Multidimensional Scalling*) dengan menggunakan SPSS versi 13. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemiripan terbanyak terdapat pada Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 dan Asuransi Jiwasraya. Kemiripan tersebut terdapat pada atribut produk, harga dan pelayanan. Tidak ada perbedaan sama sekali pada Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 dan Asuransi Jiwasraya sehingga dapat dinyatakan bahwa Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 dan Asuransi Jiwasraya mempunyai daya saing yang sangat kuat. Asuransi Jiwa Sinarmas dan Asuransi Jiwa Prudential tidak mempunyai pesaing langsung karena memiliki perbedaan terbesar atau diferensiasi yang jelas dan unik.

SUMMARY

Analysis Mapping Product Positioning Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Based Consumer Perceptions In Jember; Meydi Hariyanto, 050810201110; 2013: 67 pages, Department of Management Faculty of Economics University of Jember.

The purpose of this study was to analyze and determine product positioning map Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 by the city as perceived by consumers in Jember. Determination of the sample in this study using a purposive sampling is sampling with particular consideration. Samples in the study. Was 60 respondents aged ≥ 18 years and knows, or can use the services compare Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912, Asuransi Jiwa Sinarmas, Asuransi Jiwasraya and Asuransi Jiwa Prudential. This type of measurement data used in the study were stratified by measurement Likert Scale. The method of data analysis using MDS (Multidimensional Scaling) using SPSS version 13. The results showed that the highest similarity found on Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 and Asuransi Jiwasraya. Similarities are found on product attributes, price and service. There is no difference at all Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 and Asuransi Jiwasraya so that it can be stated that Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 and Asuransi Jiwasraya has a very strong competitive edge. Asuransi Jiwa Sinarmas and Asuransi Jiwa Prudential has no direct competitors because it has the biggest difference or a clear differentiation and unique.

PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkah dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis dengan senang hati akan menerima segala kritik maupun saran yang berkaitan untuk perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Penulis sadar bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar, akhirnya dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

- a. Bapak Drs. Moh. Hasan, M.Sc, Ph.D, selaku Rektor Universitas Jember;
- b. Bapak Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
- c. Ibu Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
- d. Bapak Dr. Moh. Dimiyati, SE, M.Si dan Bapak Drs. Ketut Indraningrat, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II atas segala kesabarannya dalam memberikan komentar, saran dan bimbingan mulai dari awal proposal sampai pada akhirnya terbentuk skripsi ini;
- e. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;
- f. Seluruh Karyawan dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang meluangkan waktunya demi kelancaran skripsi ini khususnya Mbak Linda, Mbak Yunita, Mas Yuli dan Mas Nono;
- g. Ayahanda Suprayitno dan Ibunda Peni Purwanti, terima kasih untuk doa yang selalu ada disetiap detik waktumu, cinta dan kasih sayang serta pengorbanan yang tiada habis dan batasnya;

- h. Feir's, terima kasih telah sabar menemaniku dan selalu memberikanku semangat serta doa yang tiada henti;
- i. Sahabat-sahabatku, dan untuk semua teman-teman yang telah membantu saya, yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu persatu;

Kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya sampaikan penghargaan dan terimakasih yang sebesar-besarnya. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat, berkah, serta hidayah-Nya kepada kita semua, Amin. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang positif khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Jember, 15 Januari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Manfaat Penelitian	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	5
2.1.2 Konsep Pemasaran	6
2.1.3 Strategi Pemasaran Perusahaan Jasa	7
2.1.4 Pengertian Jasa dan Karakteristik Jasa	7
2.1.5 Segmentasi Pasar	8

2.1.6 Perilaku Konsumen	10
2.1.7 Persepsi Konsumen	10
2.1.8 Positioning	12
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Konseptual	17
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Rancangan Penelitian	18
3.2 Jenis dan Sumber Data	18
3.3 Metode Pengumpulan Data	19
3.4 Populasi dan Sampel	19
3.4.1 Populasi	19
3.4.2 Sampel	19
3.5 Teknik Pengukuran Data	20
3.6 Identifikasi Variabel	20
3.7 Definisi Operasional Variabel	20
3.8 Metode Analisis Data	22
3.8.1 Analisis MDS (<i>Multidimensional Scallingl</i>)	22
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	26
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Hasil Penelitian	28
4.1.1 Gambaran Umum Wilayah Kota Jember	28
4.1.2 Gambaran Umum Asuransi Jiwa	29
4.2 Karakteristik Responden	34
4.3 Penilaian Keandalan dan Kesahihan	36
4.4 Riset Peta Positioning Kekuatan Daya Saing Asuransi Jiwa .	37
4.4.1 Peta Positioning Berbasis Atribut Produk (<i>Product</i>)	38
4.4.2 Peta Positioning Berbasis Atribut Harga (<i>Price</i>)	42
4.4.3 Peta Positioning Berbasis Atribut Promosi (<i>Promotion</i>)	47
4.4.4 Peta Positioning Berbasis Atribut Pelayanan (<i>Service</i>)	51
4.4.5 Peta Positioning Berbasis Atribut Karyawan (<i>People</i>)	56

4.5 Pembahasan	61
4.5.1 Peta Positioning Berbasis Atribut Produk (<i>Product</i>)	61
4.5.2 Peta Positioning Berbasis Atribut Harga (<i>Price</i>)	61
4.5.3 Peta Positioning Berbasis Atribut Promosi (<i>Promotion</i>)	62
4.5.4 Peta Positioning Berbasis Atribut Pelayanan (<i>Service</i>)	63
4.5.5 Peta Positioning Berbasis Atribut Karyawan (<i>People</i>)	63
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Asuransi Jiwa Perbulan	36
Tabel 4.4 Nilai <i>Stress</i> Atribut Produk Asuransi Jiwa	37
Tabel 4.5 Nilai <i>RSQ</i> Atribut Produk Asuransi Jiwa	37
Tabel 4.6 Persepsi Konsumen (Nilai rata-rata) tentang Kemiripan Atribut Produk	38
Tabel 4.7 Koordinat Asuransi Jiwa	39
Tabel 4.8 Persepsi Konsumen (Nilai rata-rata) tentang Kemiripan Atribut Harga	43
Tabel 4.9 Koordinat Asuransi Jiwa	44
Tabel 4.10 Persepsi Konsumen (Nilai rata-rata) tentang Kemiripan Atribut Promosi	47
Tabel 4.11 Koordinat Asuransi Jiwa	48
Tabel 4.12 Persepsi Konsumen (Nilai rata-rata) tentang Kemiripan Atribut Pelayanan	52
Tabel 4.13 Koordinat Asuransi Jiwa	53
Tabel 4.14 Persepsi Konsumen (Nilai rata-rata) tentang Kemiripan Atribut Karyawan	57
Tabel 4.15 Koordinat Asuransi Jiwa	58
Tabel 4.16 Rekapitulasi Peta <i>Positioning</i> Asuransi Jiwa	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Dua Pendekatan Utama Pada Segmentasi	9
Gambar 2.2 Contoh <i>Perseptual Map</i>	12
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	17
Gambar 3.1 Prosedur Analisis MDS	23
Gambar 3.2 Input Data Analisis MDS	24
Gambar 3.3 Kerangka Pemecahan Masalah	26
Gambar 4.1 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Produk	40
Gambar 4.2 Peta 2 Dimensi Konsistensi Responden Kemiripan Atribut Produk	41
Gambar 4.3 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Produk	42
Gambar 4.4 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Harga	44
Gambar 4.5 Peta 2 Dimensi Konsistensi Responden Kemiripan Atribut Harga	45
Gambar 4.6 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Harga	46
Gambar 4.7 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Promosi	48
Gambar 4.8 Peta 2 Dimensi Konsistensi Responden Kemiripan Atribut Promosi	50
Gambar 4.9 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Promosi	51
Gambar 4.10 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Pelayanan	53
Gambar 4.11 Peta 2 Dimensi Konsistensi Responden Kemiripan Atribut Pelayanan	55
Gambar 4.12 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Pelayanan	56
Gambar 4.13 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Karyawan	58
Gambar 4.14 Peta 2 Dimensi Konsistensi Responden Kemiripan Atribut Karyawan	59
Gambar 4.15 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Karyawan	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Distribusi Frekuensi Responden
- Lampiran 3 Tabel Kemiripan tentang Atribut Produk
- Lampiran 4 Tabel Kemiripan tentang Atribut Harga
- Lampiran 5 Tabel Kemiripan tentang Atribut Promosi
- Lampiran 6 Tabel Kemiripan tentang Atribut Pelayanan
- Lampiran 7 Tabel Kemiripan tentang Atribut Karyawan
- Lampiran 8 Rata-rata Atribut Produk
- Lampiran 9 Rata-rata Atribut Harga
- Lampiran 10 Rata-rata Atribut Promosi
- Lampiran 11 Rata-rata Atribut Pelayanan
- Lampiran 12 Rata-rata Atribut Karyawan