



**ANALISIS PERSEPSI DAN POSISI MEREK PADA PRODUK  
MAKANAN KUCING MEREK WHISKAS, FRISKIES, PROPLAN,  
SCIENCE DIET PADA KONSUMEN PECINTA KUCING DI KOTA  
JEMBER**

**Proposal Skripsi**

**Oleh :**

**Hanif Hadinata Utama  
NIM. 050810201183**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**2010**



**ANALISIS PERSEPSI DAN POSISI MEREK PRODUK MAKANAN  
KUCING MEREK *WHISKAS*, *FRISKIES*, *PROPLAN*, dan *SCIENCE DIET*  
pada KONSUMEN PECINTA KUCING  
di KOTA JEMBER**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat guna  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember**

Oleh

**HANIF HADINATA UTAMA  
NIM 050810201183**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2010**

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi dan posisi produk makanan kucing instan jenis biskuit konsumen pecinta kucing di kota Jember. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah produk, harga, promosi, lokasi, dan cita rasa masing-masing produk makanan kucing instan jenis biskuit. Teknik analisis yang dipergunakan adalah *Multidimensional Scaling* (MDS) dengan menggunakan SPSS 17 for windows. Penelitian dilakukan dengan cara mengambil responden sebanyak 60 responden dengan metode *purposive sampling*. Responden berasal dari kabupaten Jember. Data yang diperoleh diuji menggunakan analisis MDS untuk mengetahui keandalan dan kesahihan, hasil peta *positioning* produk makanan kucing instan jenis biskuit (*Whiskas*, *Friskies*, *ProPlan*, dan *Science Diet*) berdasarkan persepsi konsumen, dan kesamaan sikap responden dalam memberikan penilaian. Berdasarkan hasil analisis terdapat perbedaan posisi masing-masing produk makanan kucing instan jenis biskuit berdasarkan persepsi konsumen dan menunjukkan bahwa produk makanan kucing instan jenis biskuit tidak memiliki pesaing langsung dari segi produk, harga, promosi, dan lokasi. Hal ini terjadi karena masing-masing merek memiliki perbedaan terbesar atau diferensiasi yang jelas dan unik.

Kata Kunci : peta *positioning*, persepsi, atribut.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vii
<b>ABSTRAKSI</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	3
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	4
2.2 Konsep Pemasaran .....	5
2.3 Asosiasi Merek ( <i>Brand Association</i> ).....	6
2.4 Perilaku Konsumen .....	8
2.5 Persepsi Konsumen .....	9
2.6 Segmentasi Pasar .....	11
2.7 <i>Positioning</i> .....	12
2.8 Kerangka Konseptual .....	14
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian .....	16

3.2 Sumber Data.....	16
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	16
3.4 Sampel.....	17
3.5 Teknik Pengukuran Data.....	17
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	18
3.7 Metode Analisis Data.....	19
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah .....	23
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Wilayah Kota Jember.....	25
4.2 Gambaran Umum Makanan Kucing Instan Jenis Biskuit.....	26
4.3 Karakteristik Responden.....	28
4.4 Penilaian Keandalan dan Kesahihan.....	31
4.5 Riset Persepsi dan Posisi Kekuatan Daya Saing Makanan Kucing Instan Jenis Biskuit .....	32
4.6 Analisis dan Pembahasan.....	54
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	61
5.2 Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN</b>	