



**ANALISIS PEMETAAN *PRODUCT POSITIONING*
*HANDPHONE MADE IN CHINA (MITTO) DAN HANDPHONE
MADE IN INDONESIA (NEXIAN) BERDASARKAN PERSEPSI
KONSUMEN DI KOTA SITUBONDO***

SKRIPSI

diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh:

**RAHMANDA K.
NIM 060810201107**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

SURAT PERNYATAAN

Nama : RAHMANDA K.
NIM : 060810201107
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : PEMASARAN
Judul Skripsi : ANALISIS PEMETAAN PRODUCT POSITIONING
HANDPHONE MADE IN CHINA (MITTO) DAN
HANDPHONE MADE IN INDONESIA (NEXIAN)
DITINJAU DARI PERSEPSI KONSUMEN DI KOTA
SITUBONDO

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 05 desember 2011

Yang menyatakan,

RAHMANDA K.

NIM. 060810201107

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PEMETAAN *PRODUCT POSITIONING* HANDPHONE MADE IN CHINA (MITTO) DAN HANDPHONE MADE IN INDONESIA (NEXIAN) DITINJAU DARI PERSEPSI KONSUMEN DI KOTA SITUBONDO

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : RAHMANDA K.

NIM : 060810201107

Jurusan : MANAJEMEN

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal :

05 Desember 2011

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

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si
NIP. 19670421 19940 3 1008

Sekretaris : N. Ari Subagio, SE, M.Si
NIP. 19731109 20000 3 1002

Anggota : Dr. Imam Suroso, SE, M.Si
NIP. 19591013 198802 1 001

Mengetahui;
Universitas Jember
Fakutas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. H. Mohammad Saleh, M.Sc
NIP. 19560831 198403 1 002

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS PEMETAAN PRODUCT POSITIONING
HANDPHONE MADE IN CHINA (MITTO) DAN
HANDPHONE MADE IN INDONESIA (NEXIAN)
DITINJAU DARI PERSEPSI KONSUMEN DI KOTA
SITUBONDO

Nama : RAHMANDA K.
NIM : 060810201107
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Imam Suroso, SE, M.Si
NIP. 19591013 198802 1 001

N. Ari Subagio, SE, M.Si
NIP. 19731109 20000 3 1002

Ketua Jurusan,

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.S
NIP. 19661020 199002 2 001

PERSEMBAHAN

Dengan ridho Allah SWT, syukur Alhamdulillah akhirnya satu kewajiban telah aku selesaikan dan semua ini tulus aku persembahkan sebagai bentuk tanggung jawab, ungkapan terima kasih dan hormat serta sayangku :

- a. Untuk Almarhum Papaku (Drs. Moch Amien) yang amat kusayangi, yang tak pernah lelah mempercayaku, menuntunku, mendoakanku dan memberikan curahan kasih sayangnnya padaku ketika beliau masih bernafas di dunia ini.*
- b. Untuk Mamaku yang amat kucintai, Engkaulah Harta berharga yang kupunya.*
- c. Untuk saudara-saudara darahku yang memberikan dukungan tanpa henti-hentinya.*
- d. Untuk sahabat-sahabatku yang sudah kuanggap saudaraku sendiri yang selalu memberi semangat, dukungan dan kasih sayangnnya serta menjadi tempat pelabuhan pertama bagiku saat aku membutuhkan bantuan, saran dan pembakar semangat.*
- e. Untuk kekasih masa depanku nantinya.*
- f. Almamater Fakultas Ekonomi yang aku banggakan.*

MOTTO

*Laskar Domba yang Dipimpin Oleh Singa Akan Mampu
Mengalahkan Laskar Singa yang Dipimpin Oleh Domba
(Pepatah Arab)*

*Orang Berilmu dan Beradab Tidak Akan Diam di Kampung
Halaman, Tinggalkan Negerimu dan Merantauilah ke Negeri
Orang. Merantauilah, Kau akan Dapatkan Pengganti Dari
Kerabat dan Kawan. Berlelah-lelahlah, Manisnya Hidup
Akan Terasa Setelah Kau Lelah Berjuang.
(Imam Syafi'i)*

*Jangan Kembali Pulang. Kalau Tiada Kau Menang. Walau
Mayat Terkapar di Medan Juang. Tuk Islam HMI Berjuang.
(Mars HMI)*

*Kutipikan Sajak Tak Bermakna Ini Bahwa Aku Lelah
Menjadi Pecundang dan Letih menjadi Penakut . Akupun
Haus Akan Kebenaran dan Lapar Akan Keadilan.
(Rahmanda K.)*

“YAKUSA”

(Slogan HMI)

ABSTRAKSI

Objek penelitian ini adalah tiga produk *Handphone* yang saat ini sedang bersaing ketat di industri *Handphone* di Indonesia, yaitu : Mitto, Nexian dan *Handphone* lainnya (G-Von, K-touch dan BlueBerry. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui *product positioning handphone* merek Mitto dan Nexian ditinjau dari peta persepsi konsumen berdasarkan atribut-atribut produk di Situbondo. Alat analisis yang digunakan adalah *Correspondence Analysis*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 90 responden. *Correspondence Analysis* akan menghasilkan peta perseptual kedua merek *handphone* terhadap masing – masing karakteristik konsumen dan atribut - atribut *product positioning*nya. Dari peta perseptual tersebut dapat diketahui bagaimana *product positioning* produk *handphone* merek Mitto dan Nexian ditinjau dari persepsi konsumen berdasarkan karakteristik konsumen dan atribut-atribut yang diteliti. Peta perseptual antara produk *handphone* dengan karakteristik konsumen menunjukkan bahwa kedua merek *handphone* tersebut selalu mendapatkan posisinya dalam benak konsumen. Mitto memiliki posisi yang kuat pada konsumen yang berusia 26 – 35 tahun, konsumen yang berpendidikan S1/S2 dan SD, yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa. Nexian memiliki posisi yang kuat pada konsumen yang berusia > 45 tahun, konsumen yang berpendidikan SMU dan konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai PNS dan wiraswasta. Sedangkan peta perseptual antara merek *handphone* dengan atribut *positioning* menunjukkan bahwa Mitto memiliki posisi yang kuat pada 3 atribut yaitu, atribut kenyamanan pemakaian, atribut daya tahan dan atribut jaminan/garansi, Nexian memiliki posisi yang kuat pada atribut kualitas fitur layanan. Hal tersebut menandakan daya saing kedua *handphone* tersebut cukup berimbang meskipun Mitto sedikit lebih unggul.

Kata kunci : *Product Positioning*, Atribut Produk, Peta Perseptual.

ABSTRAKSI

The object of this study is three-Mobile products are currently competing in the mobile industry in Indonesia, namely: Mitto, Nexian Mobile and other (G-Von, K-touch and Blueberry). This study aims to analyze and know the product positioning of brand mobile phone Mitto and Nexian terms of consumer perception map based on product attributes in Situbondo. Analysis tool used is the Correspondence Analysis. The sampling technique in this study using purposive sampling. Number of samples in this study as much as 90 respondents. Correspondence Analysis will produce a perceptual map of two brands of mobile phones against each - each consumer characteristics and attributes - attributes of product positioning. From the perceptual map can be known how the product positioning of mobile products and Nexian and Mitto brand in terms of consumer perception based on consumer characteristics and attributes studied. Perceptual map of mobile products with consumer characteristics indicate that the two brands of mobile phones are always getting position in the minds of consumers. Mitto has a strong position on consumers aged 26-35 years, consumers are educated S1/S2 and SD, who has a job as a student / students. Nexian has a strong position on consumers aged > 45 years, high school-educated consumers and consumers who have jobs as civil servants and entrepreneurs. While the perceptual map of brands of mobile phone positioning attribute indicates that the Mitto has a strong position on the three attributes namely, the attributes of convenience of use, durability attributes and attribute guarantee / warranty, Nexian has a strong position on the attributes of quality of service features. This indicates the competitiveness of both phones are quite balanced although Mitto slightly superior.

Key words: Product Positioning, Product Attributes, Perceptual Map

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Analisis *Product Positioning Handphone Made in China* (Mitto) dan *Handphone Made in Indonesia* (Nexian) Berdasarkan Persepsi Konsumen di Kota Situbondo “. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. Sunardi, M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik
4. Bapak Dr. Imam Suroso, SE, M. Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak H.N. Ari Subagio, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
7. Karyawan Bagian Akademik dan Tata Usaha Jurusan Manajemen yang mendukung kegiatan akademis di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
8. Kedua orang tuaku tercinta, Almarhum Papa Drs. Moch. Amien dan Mama Sri Kusuma A.R., terimakasih atas kasih sayang, kesabaran, dukungan, dan doanya untukku. Terimakasih juga karena masih memberi kepercayaan padaku meskipun aku berulang kali membuat kalian kecewa. Maaf kalau aku belum bisa menjadi apa yang kalian inginkan, tapi selama aku masih mempunyai mimpi yang dapat membanggakan kalian, akan aku wujudkan hal itu. Kemarahan kalian aku jadikan cambuk semangatku dan semua itu adalah bukti bahwa kalian masih sangat peduli dan sayang padaku.

9. Kakak-kakakku Prima Yovanti Wulandari, Pramada Kusuma Yovanto dan Wira Kinetika A.P., terima kasih atas segala dukungannya walau hanya sekedar basa-basi via *handphone* yang menanyakan perihal skripsiku dan semua itu adalah bukti bahwa kalian masih peduli dan sayang padaku.
10. Adikku Annisa Qurratu Aini, cepetan lulus di Universitas Brawijaya. Jangan seperti kakakmu ini yang lulus lelet diatas lima tahun.
11. Bu Yoso dan Pak Yoso, terima kasih karena telah membuatku menjadi manusia yang lebih baik dan terima kasih juga karena sudah memberi gambaran masa depan padaku.
12. Kakekku, Nenekku, Oom dan Tante-tanteku, terima kasih sudah mendoakanku dari proses skripsi hingga ujian.
13. Maula Ummi Hani "Momoganthropus Paleo Javanicus", hanya kamu yang terbaik dan yang aku inginkan dari sekian banyak pendamping yang hanya jadi pelabuhan sementara-ku. Semoga kau adalah pelabuhan terakhirku disaat aku lelah untuk berlayar. Selamanya !!! Terima kasih banyak buat cinta, kasih sayang, perhatian, kepercayaan, bantuan, saran, motivasi, harapan, senyuman, kemarahan, cemburu, air mata dan semua hal – hal kecil yang kamu berikan padaku setiap harinya. Semua itu melengkapi dan mewarnai hari – hariku.
14. Sahabat-sahabatku, KARMA *Community* : Imam Pepe, Karim Eka Benzema, Agung buhe, Adhenk, Baskoro Duwik Bawono, Angel Ayik Dimaria dan semuanya Penghuni Perum Paowan yang tak sempat kusebutkan satu persatu. Semoga persahabatan yang kita bina mulai dari kanak-kanak abadi hingga kakek-kakek nantinya.
15. Saudara-saudaraku, HMI (Himpunan Mahasiswa Islam) : Jamal, Rozy, Wawan, Cak Cholil dan Khawas Marx, Maaf saya lulus duluan melangkahi kalian. Bahanan, Rizki, Furqon, Amir, Mas Ferdian, Pandu, Azizatul, Mbak Farista, Rosi Ptk, Musa, Septian, Maulana, Haris, Denok, Mas Ardi dan saudara seperjuangan lainnya. Terima kasih telah menjadi keluarga kedua bagiku di kota perantauan ini.

16. Penghuni kontraan Mastrip 2 : Farid Bahtiar, Baskoro Duwik Wowol, Adenk, Rio Wijaya, Heru, Pakel Prayitno, Dimas Yuslim Tamara Blezsyinky, Adi Sastro Winata, yang memberikan pengertian dan kerjasamanya dalam penyelesaian skripsiku ini
17. Teman-teman Manajemen lelet 2006 : Bayu, Jamal, Wahyu, Afif, Adi, Bogi, Ateng, Austin, Cahyo, Eko, Syefrial, Hendry, Nanda, Yuris, Inung (maaf, saya lulus duluan) dan teman-teman lainnya yang hampir lupa karena lama gak berkumpul.
18. Candra, Cahyo, Farid (kalianlah teman saat awal menjadi mahasiswa, yang kalian pun pertama kalinya mengenal bagaimana rasanya hidup di kota orang. Terimakasih atas kebersamaannya selama ini).
19. Warung Emak, Bu timah, Pak edy, Bu toyyib, dan Dolar's, terimakasih telah memberiku nutrisi sehari-hari dan tempat aku berkawan dengan heningnya malam dan pekatnya kopi yang kau sajikan.
20. Adik-adik angkatanku, terima kasih sudah memberi saran dan bantuan saat aku nempuh mata kuliah bareng angkatan kalian.
21. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih

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

Jember, November 2011

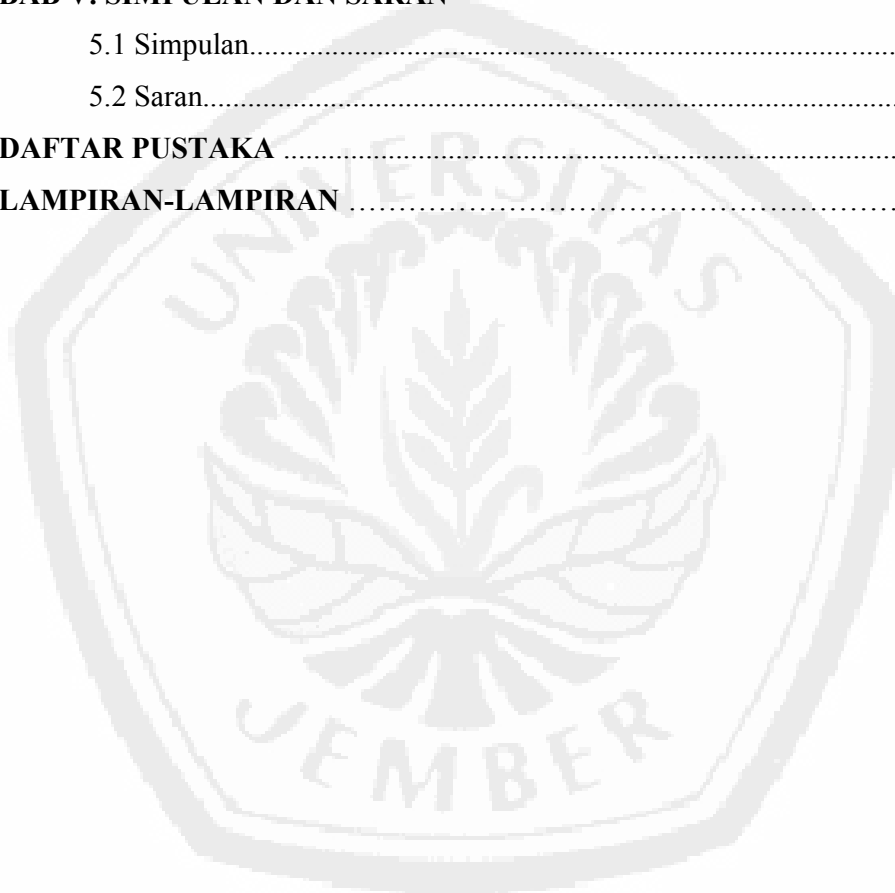
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Perilaku Konsumen	8
2.1.1.1 Model Perilaku Konsumen	9
2.1.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	10
2.1.1.3 Persepsi Konsumen	11
2.1.2 Penentuan Posisi Pasar (<i>Positioning</i>)	12
2.1.2.1 Dasar <i>Positioning</i>	13
2.1.2.2 Pendekatan-pendekatan Dalam Melakukan <i>Positioning</i>	14
2.1.2.3 Kesalahan-kesalahan <i>Positioning</i>	15

2.1.2.4 Proses <i>Positioning</i> (<i>Positioning Process</i>).....	16
2.1.3 Produk	19
2.1.3.1 Klasifikasi Produk.....	19
2.1.3.2 Atribut Produk.....	20
2.1.3.3 Strategi Produk (<i>Product Strategy</i>)	21
2.1.4 <i>Perceptual Mapping</i> (Pemetaan Persepsi).....	22
2.1.5 <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	23
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Konseptual.....	25
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian.....	28
3.2 Populasi dan Sampel.....	28
3.2.1 Populasi.....	28
3.2.2 Sampel.....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.3.1 Jenis Data.....	29
3.3.2 Sumber Data.....	30
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Batasan Pengumpulan Data.....	30
3.5 Skala Pengukuran.....	32
3.6 Uji Instrumen.....	32
3.6.1 Uji Validitas.....	32
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	33
3.7 Metode Analisis Data.....	33
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah.....	35
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	37
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan Produsen Kedua Merek <i>Handphone</i>	37
4.1.2 Gambaran Umum Kedua Merek <i>Handphone</i>	38
4.1.3 Gambaran Umum Responden.....	39
4.1.4 Uji Instrumen Penelitian.....	41

4.1.5 Hasil Analisis Data.....	43
4.2 Pembahasan.....	62
4.2.1 <i>Positioning</i> Mitto dan Nexian Berdasarkan Karakteristik Konsumen.....	62
4.2.2 <i>Positioning</i> Mitto dan Nexian Terhadap Atribut <i>Positioningnya</i>	65
4.2.3 Perbandingan dari Mitto dan Nexian.....	66
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN	73

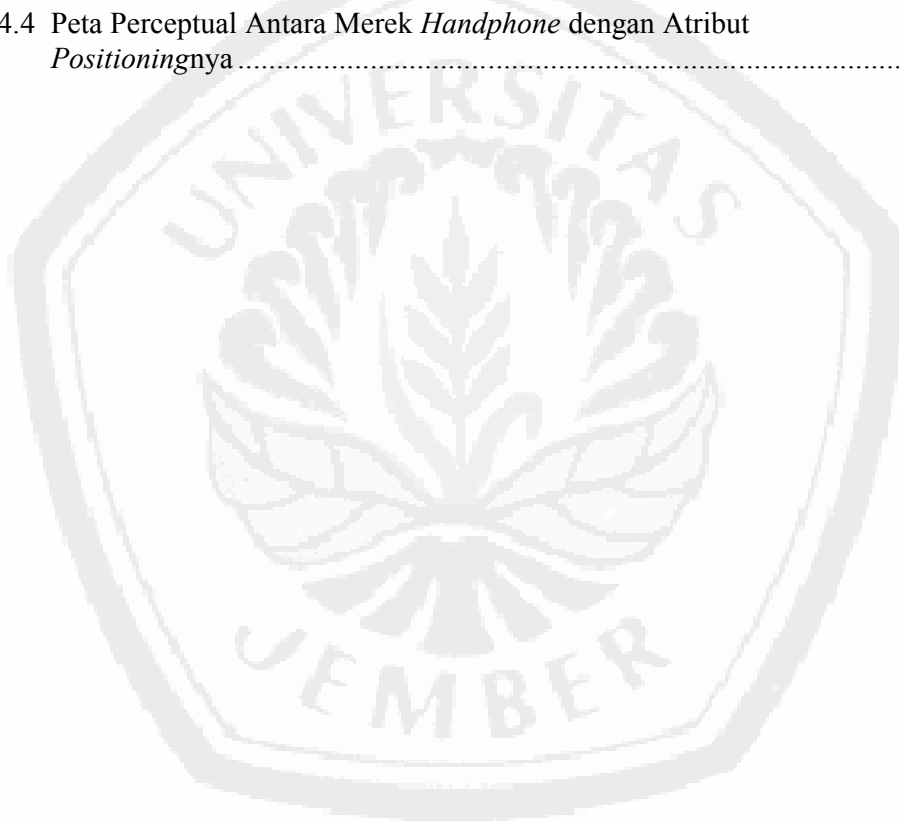


DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	23
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	39
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.	40
4.4 Uji Validitas	41
4.5 Tabulasi Silang Antara Merek <i>Handphone</i> dengan Kelompok Usia.....	43
4.6 Perhitungan <i>Call Expected, Difference</i> dan Nilai Chi-Square Untuk Data Tabulasi Silang Antara Merek <i>Handphone</i> dengan Kelompok Usia.....	45
4.7 Tabel Dimensi Peta Perceptual <i>Correspondence Analysis</i> Antara Merek <i>Handphone</i> dengan Kelompok Usia.....	46
4.8 Tabulasi Silang Antara Merek <i>Handphone</i> dengan Tingkat Pendidikan.....	48
4.9 Perhitungan <i>Call Expected, Difference</i> dan Nilai Chi-Square Untuk Data Tabulasi Silang Antara Merek <i>Handphone</i> dengan Tingkat Pendidikan	50
4.10 Tabel Dimensi Peta Perceptual <i>Correspondence Analysis</i> Antara Merek <i>Handphone</i> dengan Tingkat Pendidikan	51
4.11 Tabulasi Silang Antara Merek <i>Handphone</i> dengan Jenis Pekerjaan.....	53
4.12 Perhitungan <i>Call Expected, Difference</i> dan Nilai Chi-Square Untuk Data Tabulasi Silang Antara Merek <i>Handphone</i> dengan Jenis Pekerjaan	55
4.13 Tabel Dimensi Peta Perceptual CA Antara Merek <i>Handphone</i> dengan Jenis Pekerjaan.....	56
4.14 Tabulasi Silang Antara Merek <i>Handphone</i> dan Atribut <i>Positioningnya</i>	58
4.15 Tabel Dimensi Peta Perceptual CA Merek <i>Handphone</i> dan Atribut <i>Positioningnya</i>	59
4.16 Perbandingan <i>Positioning</i> Mitto, Nexian dan Merek <i>Handphone</i> Lainnya (<i>Made in China</i>).....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	24
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	34
4.1 Peta Perceptual Antara Merek <i>Handphone</i> dengan Kategori Usia.....	47
4.2 Peta Perceptual Antara Merek <i>Handphone</i> dengan Tingkat Pendidikan ..	52
4.3 Peta Perceptual Antara Merek <i>Handphone</i> dengan Jenis Pekerjaan	57
4.4 Peta Perceptual Antara Merek <i>Handphone</i> dengan Atribut <i>Positioningnya</i>	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden.....	76
Lampiran 3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	80
Lampiran 4. <i>Correspondence Analysis</i> Merek <i>Handphone</i> dengan Kelompok Usia.....	82
Lampiran 5. <i>Correspondence Analysis</i> Merek <i>Handphone</i> dengan Tingkat Pendidikan.....	87
Lampiran 6. <i>Correspondence Analysis</i> Merek <i>Handphone</i> dengan Jenis Pekerjaan.....	91
Lampiran 7. <i>Correspondence Analysis</i> Merek <i>Handphone</i> dengan Atribut <i>Positioningnya</i>	96

