



**ANALISIS *POSITIONING* WARUNG KOPI CAK WANG  
DI KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER**

*A Positioning Analysis Of The Warung Kopi Cak Wang  
In The Summersari District Jember Regency*

**SKRIPSI**

Oleh

**Rhiza Fajar H.**

**080810201046**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2013**



**ANALISIS *POSITIONING* WARUNG KOPI CAK WANG  
DI KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER**

*A Positioning Analysis Of The Warung Kopi Cak Wang*

*In The Summersari District Jember Regency*

**SKRIPSI**

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

Oleh

**Rhiza Fajar H.**

**080810201046**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**2013**

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

**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : Rhiza Fajar H.

NIM : 080810201046

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **Analisis *Positioning* Warung Kopi Cak Wang**

**Di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian 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, 19 Juni 2013

Yang menyatakan,

Rhiza Fajar H.  
NIM 080810201046

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul skripsi : Analisis *Positioning* Warung Kopi Cak Wang Di  
Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember

Nama Mahasiswa : Rhiza Fajar H.

NIM : 080810201046

Jurusan : S-1 Manajemen/Reguler

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Persetujuan : 19 Juni 2013

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Abdul Halim, M.Si  
NIP 19501221 197801 1 001

Gusti Ayu Wulandari, SE, MM  
NIP 19830912 200812 2 001

Ketua Jurusan  
Manajemen

Prof. Dr. Isti Fadah, SE, M.Si  
NIP 19661020 199002 2 001

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI**

**ANALISIS *POSITIONING* WARUNG KOPI CAK WANG DI  
KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh ;

**Nama : Rhiza Fajar H.**

**NIM : 080810201046**

**Jurusan : Manajemen**

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal ;

**28 Juni 2013**

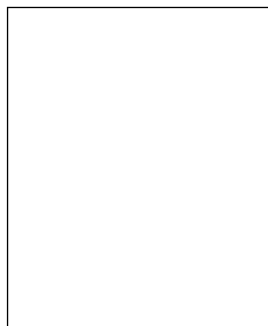
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

1. **Ketua : Dra. Hj. Sudarsih, M.Si (.....)  
NIP. 19621212 199201 2 001**

2. **Sekretaris : Gusti Ayu Wulandari, SE, MM (.....)  
NIP. 19830912 200812 2 001**

3. **Anggota : Drs. H. Abdul Halim, M.Si (.....)  
NIP. 19501221 197801 1 001**



Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

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

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan kepada ;

1. Kedua orang tuaku tercinta H. Suhartono, SE, MM dan Hj. Sri Sulastri, S.Pd, yang selalu mendoakan dan memberikan perhatian serta atas pengorbanannya selama ini, semoga selalu mendapat perlindungan Allah SWT.
2. Kedua adikku Dhinda Dewi dan Bella Novita yang sudah memberikan semangat dan doa selama ini.
3. Guru - guru mulai SD hingga SMA yang telah memberikan pendidikan hingga bisa sampai di perguruan tinggi.
4. Seluruh teman - teman seperjuangan Manajemen 2008 di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
5. Almamater yang aku banggakan Universitas Jember yang telah banyak memberikan ilmu, pengalaman, pengetahuan dan makna sebuah kehidupan.

## MOTTO

Janganlah menganggap bahwa kita telah selesai dan cukup berjasa dengan segitiga warna selama masih ada rata tangis di gubuk - gubuk pekerjaan kita belum selesai! Berjuanglah terus dengan mengucurkan sebanyak - banyaknya keringat

*(Ir. Soekarno)*

Apabila di dalam diri seseorang masih ada rasa malu dan takut untuk berbuat suatu kebaikan maka jaminan bagi orang tersebut adalah tidak akan bertemunya ia dengan kemajuan selangkah pun

*(Ir. Soekarno)*

*Do Not Expect The Uncertain Expectations*

*(Writer)*

*Save And Achieve Your Dreams Until You Can*

*(Writer)*



**ANALISIS *POSITIONING* WARUNG KOPI CAK WANG  
DI KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER**

*A Positioning Analysis Of The Warung Kopi Cak Wang*

*In The Summersari District Jember Regency*

**SKRIPSI**

Oleh

**Rhiza Fajar H.**

**080810201046**

Pembimbing

**Dosen Pembimbing I : Drs. H. Abdul Halim, M.Si**

**Dosen Pembimbing II : Gusti Ayu Wulandari, SE, MM**



## RINGKASAN

**Analisis *Positioning* Warung Kopi Cak Wang di Kecamatan Sumpersari Kabupaten Jember;** Rhiza Fajar H, 080810201046; 2013; 73 Halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penelitian ini berjudul “Analisis *Positioning* Warung Kopi Cak Wang di Kecamatan Sumpersari Kabupaten Jember”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis peta *positioning* dari Warung Kopi Cak Wang berdasarkan persepsi konsumen di Kecamatan Sumpersari Kabupaten Jember.

Metode sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 60 orang. Variabel yang digunakan adalah variabel atribut determinan berdasarkan persepsi konsumen yang terdiri dari produk, harga, promosi, lokasi, proses, orang, dan bukti fisik masing - masing usaha. Alat analisis adalah *Multi Dimensional Scalling* (MDS). *Multi Dimensional Scalling* (MDS) digunakan untuk mengukur obyek - obyek dalam ruangan multi dimensional yang didasarkan pada penilaian responden mengenai kemiripan (*similarity*) obyek-obyek tersebut. Analisis *Multi Dimensional Scalling* (MDS), menggunakan teknik multivariat dalam golongan *interdependenced technique*, yaitu kedudukan setiap variabel sama, tidak ada variabel dependen dan variabel independen. Analisis *Multi Dimensional Scalling* (MDS), juga salah satu prosedur yang digunakan untuk memetakan persepsi para responden secara visual dalam peta geometri. Peta geometri tersebut yang disebut *perceptual map*, yaitu peta yang menunjukkan obyek mana yang sangat mirip dan mana yang sangat tidak mirip. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan posisi masing-masing usaha berdasarkan persepsi konsumen dan menunjukkan bahwa usaha Warung Cathe merupakan pesaing terdekat atau pesaing langsung (*direct competitor*) dari usaha Warung Kopi Cak Wang, terutama menyangkut promosi, lokasi, dan proses. Usaha Warung Nongkrong dan Warung Katakopi tidak mempunyai pesaing langsung (*indirect competitor*) karena memiliki perbedaan terbesar atau *diferensiasi* yang jelas dan unik. Usaha Warung 1991 Coffe tidak memiliki *positioning* yang kuat atau jelas, karena tidak mempunyai banyak kemiripan dan juga tidak mempunyai banyak perbedaan dengan usaha warung lainnya dibenak konsumen. Hasil dari uji konsistensi dan kesamaan sikap responden juga menunjukkan bahwa responden tidak memiliki kesamaan sikap dalam menilai kemiripan usaha warung yang ada.

**Kata kunci :** Peta *Positioning*, Persepsi, Kemiripan, Perbedaan dan Atribut

## **SUMMARY**

***A Positioning Analysis Of The Warung Kopi Cak Wang In The Summersari District Jember Regency; Rhiza Fajar H, 080810201046; 2013; 73 Pages; Department of Management Faculty of Economics Jember University***

*The study is titled "A Positioning Analysis Of The Warung Kopi Cak Wang In The Summersari District Jember Regency". This study aims to identify and analyze the positioning map of Warung Kopi Cak Wang based on consumer perceptions in Jember District Summersari. The sampling method used was purposive sampling with the number of respondents is 60 people. The variables used were variable determinant attributes perceived by consumers of the product, price, promotion, location, process, people, and physical evidence of each business. Multi Dimensional Scalling analysis is a tool (MDS). Multi Dimensional Scalling (MDS) is used to measure objects in multi dimensional space based on the respondent's assessment of similarity (similarity) these objects. Analysis of Multi Dimensional Scalling (MDS), using multivariate techniques in class interdependenced technique, which is the same position of each variable, there is no dependent variable and the independent variables. Analysis of Multi Dimensional Scalling (MDS), also one of the procedures used to map the visual perception of the respondents in the map geometry. The geometry map called perceptual map, the map that shows where the object is very similar and which are very similar. The results showed that there were differences in the position of each business based on consumer perceptions and suggests that point effort Cethe' Coffe Hollic is the closest competitor or competitors (direct competitors) from Warung Kopi Cak Wang efforts, especially with regard to promotions, locations, and processes. Warung Nongkrong and Warung Katakopi effort has no direct competitors (indirect competitors) because it has the biggest difference or differentiation are distinct and unique. 1991 Coffe effort did not have a strong or clear positioning, because it does not have a lot of similarities and also do not have much difference with other kiosk inside consumers. Results of the test of consistency and attitude similarity respondents also indicated that respondents did not have the same attitude in assessing the existing semblance kiosk.*

***Keywords : Map Positioning, Perception, Similarities, Differences and Attributes***

## **PRAKATA**

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, karena tanpaNya tidak ada suatu hajatpun yang dapat terlaksana. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang amat besar kepada ;

1. Bapak Dr. Moehammad Fathorrazi, SE, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr. Isti Fadah. SE, M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. H. Abdul Halim, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang dengan perhatian dan kesabarannya telah memberikan semangat, bimbingan, dan saran sampai dengan terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Gusti Ayu Wulandari, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang selalu sabar dalam membimbing dan memberikan nasehat serta saran sampai dengan terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membimbing dan memberikan ilmu sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi.
6. Kedua orang tuaku tercinta H. Suhartono, SE, MM dan Hj. Sri Sulastri, S.Pd, yang selalu mendoakan, memberikan perhatian dan motivasi serta atas pengorbanannya yang tak terhingga selama saya hidup.
7. Kedua adikku Dhinda Dewi dan Bella Novita, terima kasih atas doa dan dukungannya selama ini.
8. Nabella Ajeng Safitri, *thank you for attention and motivation every day that makes my day more meaningful up until now.*

9. Teman - teman di Jurusan Manajemen Angkatan 2008 khususnya Om Lingga Kencana, Rahardian (Moe), Cita, Lungit (Ngok), Ramadhani (Tokai), Hendrik, Ayson, Bagus, Lala, Fajar, Anam yang selalu bertemu dikampus dari menunggu dosen hingga cuma ngopi saja dikampus, itu hal istimewa yang pernah ada, terima kasih semuanya dan kalian tidak akan terlupakan.
10. Semua teman - teman kampus maupun diluar kampus selama di Jember khususnya Pepi, Ganip, Moneng, Anom, Edo, Lek Amir, Danang (Ambon), Ari (Timin), Oddy, Aliq, Halili, Djimas, Bintang dan masih banyak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan dan bantuan kalian selama ini.
11. Teman - teman kos saat ini di Nias Raya 22 khususnya Broo Apik, Yek Ilham, Bung Beni, Iqbal (Apong), Adit, Anas, Koko, Riki, Teyo, Djhajat, Mas Bro Dedi, Rendra (Mas Cip), Ardhi, Sinyo, Indra (Osenk) terima kasih semuanya karena kalian adalah keluarga kedua saya di Jember dan tidak akan terlupakan.
12. Semua teman - teman seperjuangan Angkatan 2008 Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, kalian adalah kenangan yang tidak akan pernah saya lupakan.
13. Semua pihak yang dengan tulus ikhlas membantu, mendoakan keberhasilan bagi saya dan memberikan dorongan semangat yang tidak terhingga. Terima kasih Skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya, Amin.

Jember, 20 Juni 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vii
<b>HALAMAN PEMBIMBING</b> .....	vii
<b>RINGKASAN</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	3
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	4
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	4
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	5
2.1.1 Pemasaran .....	5
2.1.2 Atribut Produk .....	5
2.1.3 Jasa.....	6

2.1.4 Kualitas Jasa .....	7
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	9
2.1.6 Persepsi Konsumen.....	11
2.1.7 Segmentasi Pasar .....	13
2.1.5 <i>Positioning</i> .....	14
<b>2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>16</b>
<b>2.3 Kerangka Konseptual .....</b>	<b>18</b>
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
<b>3.1 Rancangan Penelitian .....</b>	<b>19</b>
<b>3.2 Jenis Data .....</b>	<b>19</b>
<b>3.3 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>20</b>
3.3.2 Populasi.....	20
3.3.2 Sampel .....	20
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>21</b>
<b>3.5 Identifikasi Variabel .....</b>	<b>21</b>
<b>3.6 Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>22</b>
<b>3.7 Teknik Pengukuran Data.....</b>	<b>23</b>
<b>3.8 Uji Instrumen .....</b>	<b>23</b>
3.8.1 Uji Keandalan Data.....	23
3.8.2 Uji Kesalihan Data.....	24
<b>3.9 Analisa Data .....</b>	<b>24</b>
3.9.1 Analisis MDS ( <i>Multi Dimensional Scalling</i> ).....	24
<b>3.10 Kerangka Pemecahan Masalah.....</b>	<b>28</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Warung Kopi Cak Wang.....</b>	<b>30</b>
<b>4.2 Karakteristik Responden .....</b>	<b>31</b>

<b>4.3 Analisa Data</b> .....	33
4.3.1 Uji Instrumen .....	33
4.3.2 Riset Peta <i>Positioning</i> Kekuatan Daya Saing .....	34
4.3.3 <i>Multi Dimensional Scalling Analysis</i> .....	35
<b>4.4 Pembahasan</b> .....	61
4.4.1 Peta <i>Positioning</i> Berbasis Atribut Produk .....	61
4.4.2 Peta <i>Positioning</i> Berbasis Atribut Harga .....	62
4.4.3 Peta <i>Positioning</i> Berbasis Atribut Promosi.....	63
4.4.4 Peta <i>Positioning</i> Berbasis Atribut Lokasi .....	63
4.4.5 Peta <i>Positioning</i> Berbasis Atribut Proses .....	64
4.4.6 Peta <i>Positioning</i> Berbasis Atribut Orang .....	65
4.4.7 Peta <i>Positioning</i> Berbasis Atribut Bukti Fisik .....	66
<b>4.5 Rekapitulasi Peta <i>Positioning</i></b> .....	67
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	69
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	69
<b>5.2 Saran</b> .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	71
<b>LAMPIRAN</b> .....	73

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Tingkat Nilai <i>Stress</i> .....	24
Tabel 3.2. Tingkat Nilai <i>Stress</i> .....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Usia Responden.....	31
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	32
Tabel 4.3 Karakteristik Profesi atau Pekerjaan Responden .....	32
Tabel 4.4 Hasil Nilai <i>Stress</i> Atribut Determinan .....	33
Tabel 4.5 Hasil Nilai <i>RSQ</i> Atribut Determinan .....	34
Tabel 4.6 Persepsi Konsumen (responden ke-1) Tentang Kemiripan Atribut Produk.....	35
Tabel 4.7 Koordinat Usaha .....	36
Tabel 4.8 Persepsi Konsumen (responden ke-1) Tentang Kemiripan Atribut Harga .....	39
Tabel 4.9 Koordinat Usaha .....	40
Tabel 4.10 Persepsi Konsumen (responden ke-1) Tentang Kemiripan Atribut Promosi.....	42
Tabel 4.11 Koordinat Usaha .....	43
Tabel 4.12 Persepsi Konsumen (responden ke-1) Tentang Kemiripan Atribut Lokasi.....	46
Tabel 4.13 Koordinat Usaha .....	47
Tabel 4.14 Persepsi Konsumen (responden ke-1) Tentang Kemiripan Atribut Proses .....	50
Tabel 4.15 Koordinat Usaha .....	53



Tabel 4.16 Persepsi Konsumen (responden ke-1) Tentang Kemiripan Atribut Orang .....	54
Tabel 4.17 Koordinat Usaha .....	55
Tabel 4.18 Persepsi Konsumen (responden ke-1) Tentang Kemiripan Atribut Bukti Fisik .....	58
Tabel 4.19 Koordinat Usaha .....	59
Tabel 4.20 Rekapitulasi Peta <i>Positioning</i> .....	67

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Model Perilaku Pembelian .....	11
Gambar 2.2 : <i>Perceptual Map</i> .....	13
Gambar 2.3 : Kerangka Konseptual Peneltian .....	18
Gambar 3.1 : Prosedur Analisis MDS .....	25
Gambar 3.2 : Input Data Analisis MDS .....	26
Gambar 3.3 : Kerangka Pemecahan Masalah Penelitian .....	28

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1. KOESIUNER PENELITIAN .....	73
LAMPIRAN 2. HASIL ANALISIS MDS .....	77
LAMPIRAN 3. REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN .....	98