



**ANALISIS PETA POSISI PRODUK PASTA GIGI
BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI KOTA JEMBER**

SKRIPSI

Oleh:

**HESTIKA PRABOWO
NIM 060810201059**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2010**



ANALISIS PETA POSISI PRODUK PASTA GIGI BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI KOTA JEMBER

SKRIPSI

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

Oleh:

HESTIKA PRABOWO
NIM 060810201059

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2010

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : HESTIKA PRABOWO
NIM : 060810201059
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : PEMASARAN
Judul Skripsi : ANALISIS PETA POSISI PRODUK PASTA GIGI
BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI KOTA
JEMBER

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, 25 Mei 2010
Yang menyatakan,



Hestika Prabowo
NIM. 060810201059

JUDUL SKRIPSI

**ANALISIS PETA POSISI PRODUK PASTA GIGI
BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI KOTA JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : HESTIKA PRABOWO

NIM : 060810201059

Jurusan : MANAJEMEN

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal :

1 Juni 2010

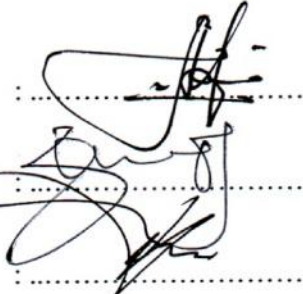
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Susunan Tim Penguji

Ketua : Drs. Sriono, MM
NIP. 19561031 198603 1 001

Sekretaris : Drs. Hadi Wahyono, MM.
NIP. 19540109 198203 1 003

Anggota : Drs. Adi Prasodjo, MP.
NIP. 19550516 198703 1 001



Mengetahui,
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

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

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS PETA POSISI PRODUK PASTA GIGI
BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI KOTA
JEMBER

Nama Mahasiswa : HESTIKA PRABOWO

NIM : 060810201059

Jurusan : MANAJEMEN

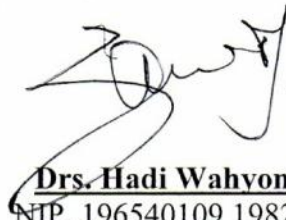
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN

Pembimbing I,



Drs. Adi Prasodjo, MP.
NIP.19550516 198703 1 001

Pembimbing II,



Drs. Hadi Wahyono, MM.
NIP. 196540109 198203 1 003

Ketua Jurusan,



Dra. Hj. Diah Yulisetiari, M.Si
NIP. 19610729 198603 2 001

PERSEMBAHAN

*Dengan senantiasa mengharap Ridha Allah SWT,
Kupersembahkan karyaku ini untuk :*

*Orang TuaKu Tercinta Ayah Syamsuri dan Bunda Erlin Akriani
Yang Tiada Henti Mencerahkan Kasih Sayang KepadaKu*

*Kakek Djoli Kitty dan Nenek Mursidah Yang Selalu
Membimbing Hingga Ku Dewasa*

AdikKu Yunus Gozali Tersayang

*Om Anas dan Tante Ermin, Om Sony dan Tante Erni, Om
Siswo dan Tante Erma Terima Kasih Telah MemberiKu
Dukungan dan Semangat*

*Adik Buki, Bitu, Ghina dan Zila Kalian Semua Selalu
MembuatKu Ceria dan Tertawa*

Almamater Tempat Penulis Menimba Ilmu

MOTTO

*Perjalanan seribu batu bermula dari satu langkah
(Lao Tze)*

*Senyumlah, karena bagian yang paling indah darimu
adalah senyumanmu
(Rimbun)*

*Pahlawan bukanlah orang yang berani menetakkan
pedangnya ke pundak lawan, tetapi pahlawan
sebenarnya ialah orang yang sanggup menguasai
dirinya dikala ia marah.
(Nabi Muhammad SAW)*

*Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah
penakut dan bimbang. Teman yang paling setia,
hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh.
(Andrew Jackson)*

*Teman sejati adalah ia yang meraih tangan anda dan
menyentuh hati anda.
(Heather Pryor)*

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “Analisis Peta Posisi Produk Pasta Gigi Berdasarkan Atribut Produk Di Kota Jember”. Objek penelitian ini adalah tiga produk pasta gigi, yaitu : Pepsodent, Formula dan Close Up. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peta posisi produk pasta gigi merek Pepsodent, Formula dan Close Up berdasarkan atribut-atribut produk di Kota Jember. Atribut produk yang diteliti, yaitu : mutu produk, sifat produk dan rancangan produk.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mendapatkan suatu deskripsi atau gambaran yang jelas untuk digunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu metode penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Alat analisis yang digunakan adalah *Correspondence Analysis*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 90 responden.

Dari analisis yang telah dilakukan, dapat diketahui peta posisi produk pasta gigi Pepsodent, Formula dan Close Up berdasarkan atribut produk di Kota Jember. Berdasarkan gambar peta *perceptual*, hasil pemetaan menunjukkan adanya kedekatan antara pasta gigi merek Pepsodent, Formula dan Close Up dengan atribut produk. Kedekatan tersebut mencirikan asosiasi yang kuat antara pasta gigi merek Pepsodent, Formula dan Close Up dengan atribut produk. Pasta gigi Pepsodent berdekatan dengan atribut sifat produk, hal ini mencirikan bahwa pasta gigi Pepsodent memiliki posisi yang kuat pada atribut sifat produk. Pasta gigi Formula berdekatan dengan atribut rancangan produk, hal ini mencirikan bahwa pasta gigi Formula memiliki posisi yang kuat pada atribut rancangan produk. Pasta gigi Close Up berdekatan dengan atribut mutu produk, hal ini mencirikan bahwa pasta gigi Close Up memiliki posisi yang kuat pada atribut mutu produk.

Kata kunci : Posisi Produk, Atribut Produk, Peta *Perceptual*.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas kuasa dan rahmatNya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Peta Posisi Produk Pasta Gigi Berdasarkan Atribut Produk Di Kota Jember”. Skripsi ini diajukan guna melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dan semangat semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dra. Hj. Diah Yulisetiarni, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. Adi Prasodjo, MP selaku dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan pengarahan serta kesabaran dan semua bantuan-bantuannya dalam menyelesaikan Skripsi ini.
4. Bapak Drs. Hadi Wahyono, MM selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, semangat dan semua bantuan-bantuannya untuk menyelesaikan Skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
6. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang mendukung kegiatan akademis di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
7. Kedua orang tuaku tercinta, Papa Syamsuri dan Mama Erlin Akriani, terimakasih atas kasih sayang, kesabaran, dukungan, dan panjatan doa yang tak henti-hentinya di setiap helaan nafasnya semoga ALLAH SWT membalas kebaikan Papa dan Mama dengan SurgaNya kelak, Amien.

8. Kakek Djoli Kitty dan Nenek Mursidah yang selalu mencintai, membimbing dan selalu menemani hari-hariku, terima kasih sebesar-besarnya ku ucapkan untuk kasih sayang yang kalian berikan kepadaku, semoga ku bisa membalas semua kebaikan Kakek dan nenek.
9. Om Anas dan Tante Ermin, Om Sony dan Tante Erni, Om Siswo dan Tante Erma terima kasih telah memberiku nasehat, dukungan dan semangat. Hesti sayang kalian semua.
10. Adikku Yunus Gozali dan saudara sepupuku Buki, Bitu, Ghina dan Zila kalian semua selalu membuatku bahagia, ceria dan tertawa, hidupku takkan berwarna tanpa kalian.
11. Sahabat yang selalu menemaniku Melissa Rizki dan Yulita Enji, kalian sahabat yang tak tergantikan.
12. Pemuda Penggerak Koperasi Jawa Timur 2009, terima kasih buat kebersamaannya, karantina 1 minggu bersama kalian begitu spektakuler.
13. Teman seperjuangan ngerjain skripsi, susah senang jatuh bangun bersama, Mbak Marta thanks buat inspirasinya.
14. Temanku Ade, Ana, Ayu, Bety, Dian, Devita, Pizza dan Windy, walaupun sikap kalian aneh seperti makhluk luar angkasa tapi tetap berkesan di hatiku.
15. Teman-teman Manajemen angkatan 2006, terima kasih atas kebersamaannya yang begitu indah.
16. Mas Anton Kalimantan dan mas Arif Jawa terima kasih bantuannya.

Penyusunan Skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun faktor ketidaksengajaan penulis. Oleh karena itu segala bentuk kritik maupun saran masih sangat dibutuhkan oleh Penulis dalam rangka pengembangan karya tulis selanjutnya. Penulis berharap semoga Skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang berkenan meluangkan waktunya untuk membaca.

Jember, Mei 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 <i>Positioning</i>	5
2.1.2 <i>Repositioning</i>	13
2.1.3 <i>Perceptual Mapping</i>	15
2.1.4 <i>Correspondence Analysis (CA)</i>	15
2.1.5 Atribut Produk	16
2.2 Kajian Empiris	17
2.3 Kerangka Konseptual	19
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Rancangan Penelitian	20

3.2 Populasi dan Sampel	20
3.3 Jenis dan Metode Pengumpulan Data	21
3.3.1 Jenis Data.....	21
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	22
3.4 Definisi Operasional Variabel	22
3.5 Skala Pengukuran.....	23
3.6 Uji Instrumen	24
3.6.1 Uji Validitas.....	24
3.6.2 Uji Reliabilitas	24
3.7 Metode Analisis Data.....	25
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah	27
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Hasil Penelitian	29
4.1.1 Gambaran Umum Wilayah Kota Jember.....	29
4.1.2 Gambaran Umum Ketiga Produk Pasta Gigi.....	31
4.1.3 Gambaran Umum Responden.....	32
4.1.4 Uji Instrumen Penelitian	34
4.1.5 Hasil Analisis Data	36
4.2 Pembahasan	54
4.2.1 <i>Positioning</i> Pasta Gigi Merek Pepsodent, Close Up, Formula Berdasarkan Karakteristik Konsumen	54
4.2.2 <i>Positioning</i> Pasta Gigi Merek Pepsodent, Close Up, Formula Terhadap Atribut Produknya.....	56
4.2.3 Perbandingan <i>Positioning</i> Pasta Gigi Merek Pepsodent, Formula dan Close Up	57
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	18
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	33
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	34
4.4 Uji Validitas.....	35
4.5 Uji Reliabilitas	36
4.6 Tabulasi Silang Antara Pasta Gigi Merek Pepsodent, Formula dan Close Up Dengan Kelompok Usia.....	37
4.7 Perhitungan <i>call expected, difference</i> dan nilai Chi-Square untuk data tabulasi silang antara pasta gigi merek Pepsodent, Formula dan Close Up dengan kelompok usia.....	38
4.8 Tabel Dimensi Peta Perceptual <i>Correspondence Analysis</i> antara Pasta Gigi Merek Pepsodent, Formula dan Close Up dengan Kelompok Usia	39
4.9 Tabulasi Silang Antara Pasta Gigi Merek Pepsodent, Formula dan Close Up Dengan Tingkat Pendidikan	41
4.10 Perhitungan <i>call expected, difference</i> dan nilai chi-square untuk data tabulasi silang antara pasta gigi merek Pepsodent, Formula dan Close Up dengan tingkat pendidikan.....	43
4.11 Tabel Dimensi Peta Perceptual <i>Correspondence Analysis</i> antara pasta gigi merek Pepsodent, Formula dan Close Up dengan tingkat pendidikan	44
4.12 Tabulasi Silang Antara Pasta Gigi Merek Pepsodent, Formula Close Up dengan Jenis Pekerjaan	46
4.13 Perhitungan <i>call expected, difference</i> dan nilai chi-square untuk data tabulasi silang antara pasta gigi merek Pepsodent, Formula dan Close Up dengan jenis pekerjaan.....	48

4.14	Tabel Dimensi Peta Perceptual CA pasta gigi merek Pepsodent, Formula dan Close Up dengan jenis pekerjaan	49
4.15	Tabulasi Silang Antara Pasta Gigi Merek Pepsodent, Formula dan Close Up dan Atribut Produknya.....	51
4.16	Tabel Dimensi Peta Perceptual CA Pasta Gigi Merek Pepsodent, Close Up, Formula Dan Atribut Produknya	52
4.17	Perbandingan <i>Positioning</i> pasta gigi merek Pepsodent, Formula dan Close Up.....	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	19
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	27
4.1 Peta Perceptual antara pasta gigi merek Pepsodent, Formula dan Close Up dengan kategori usia	40
4.2 Peta Perceptual antara pasta gigi merek Pepsodent, Formula dan Close Up dengan tingkat pendidikan	45
4.3 Peta Perceptual antara pasta gigi merek Pepsodent, Formula dan Close Up dengan jenis pekerjaan	50
4.4 Peta Perceptual antara pasta gigi merek Pepsodent, Formula dan Close Up dengan Atribut Produknya	53

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	63
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden	67
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas	73
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas.....	74
Lampiran 5. <i>Correspondence Analysis</i> Pasta Gigi Pepsodent, Formula dan Close Up dengan karakteristik responden dan atribut produk.....	75

