



**ANALISIS POSISI *PRODUCT* HANDPHONE MEREK BLACKBERRY
TERHADAP MEREK PESAINGNYA BERDASARKAN ATRIBUT
PRODUK DI KELURAHAN SUMBERSARI
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

oleh

WAHYU DWI FEBRIYANTO

NIM: 070810201068

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS JEMBER

2012



**ANALISIS POSISI *PRODUCT* HANDPHONE MEREK BLACKBERRY
TERHADAP MEREK PESAINGNYA BERDASARKAN ATRIBUT
PRODUK DI KELURAHAN SUMBERSARI
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

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

oleh:

WAHYU DWI FEBRIYANTO

NIM: 070810201068

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER—FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama Mahasiswa : Wahyu Dwi Febriyanto
NIM : 070810201068
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Posisi *Product* Handphone merek Blackberry Terhadap merek pesaingnya berdasarkan Atribut Produk di Kelurahan Sumbersari Kabupaten 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, 17 Oktober 2012

Yang menyatakan,

Wahyu Dwi Febriyanto

NIM: 070810201068

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Posisi *Product* Handphone merek Blackberry Terhadap merek pesaingnya berdasarkan Atribut Produk di Kelurahan Summersari Kabupaten Jember

Nama Mahasiswa : Wahyu Dwi Febriyanto

NIM : 070810201068

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Adi Prasodjo, MP

NIP.19550516 198703 1 001

Dr. Handriyono, M.Si

NIP.19620802 199002 1 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si

NIP. 19661020 199002 2 001

JUDUL SKRIPSI
**ANALISIS POSISI *PRODUCT* HANDPHONE MEREK
BLACKBERRY TERHADAP MEREK PESAINGNYA
BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI KELURAHAN
SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Wahyu Dwi Febriyanto

NIM : 070810201068

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal :

16 Oktober 2012

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

Susunan Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si :
NIP. 19670421 199403 1 008
2. Sekretaris : Dr. Handriyono, M.Si :
NIP. 19620802 199002 1 001
3. Anggota : Drs. Adi Prasodjo, MP :
NIP. 19550516 198703 1 001

Mengetahui;

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan

Prof. Dr. H.Moh. Saleh, M.Sc

NIP. 19560831 198403 1 002

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- 1) Bapakku H. Burawi Fadli dan Mamaku Hj. Uswatun Hasanah yang selalu ada buat aku dan selalu mendoakan aku tiap saat serta memberi semangat sampai aku seperti sekarang ini. Terima kasih atas semuanya untuk kasih sayang yang tidak pernah usai yang dia berikan padaku.
- 2) Mbakku Devi yang sudah tenang di alam sana
- 3) Keluarga basarku terimakasih banyak untuk semua dukungan, semangat serta do'a yang telah dibagi kepadaku.
- 4) Teman seperjuangan Manajemen Reguler 2007: Reza, Rossi, Aris, Udin, Dondy, Fortino, Arif, Zeyn, Akbar Ndul, Shendy, David, Dedi, Dedi Etto, Bayu, Titis, Devi Phi, Indah, Distia, serta teman-teman lainnya yang tidak tercantum terima kasih untuk kebersamaan selama ini.
- 5) Teman-teman N250RC Jember: Salman, Mas Eko, Reza, Krisna, Mas Yudha, Jefri Merah, Jefri Putih, Jefri Ijo, Ivan, Mas Sony, Mas Yudi, Mas Stefanus Angga, serta para sesepuh Ninja 250R yang belum saya sebutkan dimanapun anda berada, terima kasih untuk dukungannya.
- 6) Teman-Teman WKP tercinta : Mas Zaenus, Pakel, Lim, Dajan, Cak Mar Shina, Arip Jambul, Siraf, Bucep, Aji, Ferly, Mas Eko dan semua penghuni WKP, Terimakasih atas dukungannya.
- 7) Teman-teman maenku antara lain: Edy Toopat, Ustadz Fikri, Udit, Hafid, Usi, Elong, Hadi, Kus, Iwan, Yayan, Jony, Aan, Sitas, Samid, Hasan, Lingga Sruput, Jimmy, Rooney, Aden, Odox, Fuk Silvy, Fuk Enda, Fanny, Rere Tembem, Phi, Ecy, Tata' Bintang, Rara, Cindy, Tary, Tiara, Ulfa, Vira, Iik Gayuh, Wika, Ayik, Indah, Tyas, Winda, Mery, Dinar, Corin serta yang lainnya yang belum saya sebut, terimakasih sudah memberi dukungan.

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak merubah nasib suatu kaum sehingga mereka merubah nasibnya sendiri”

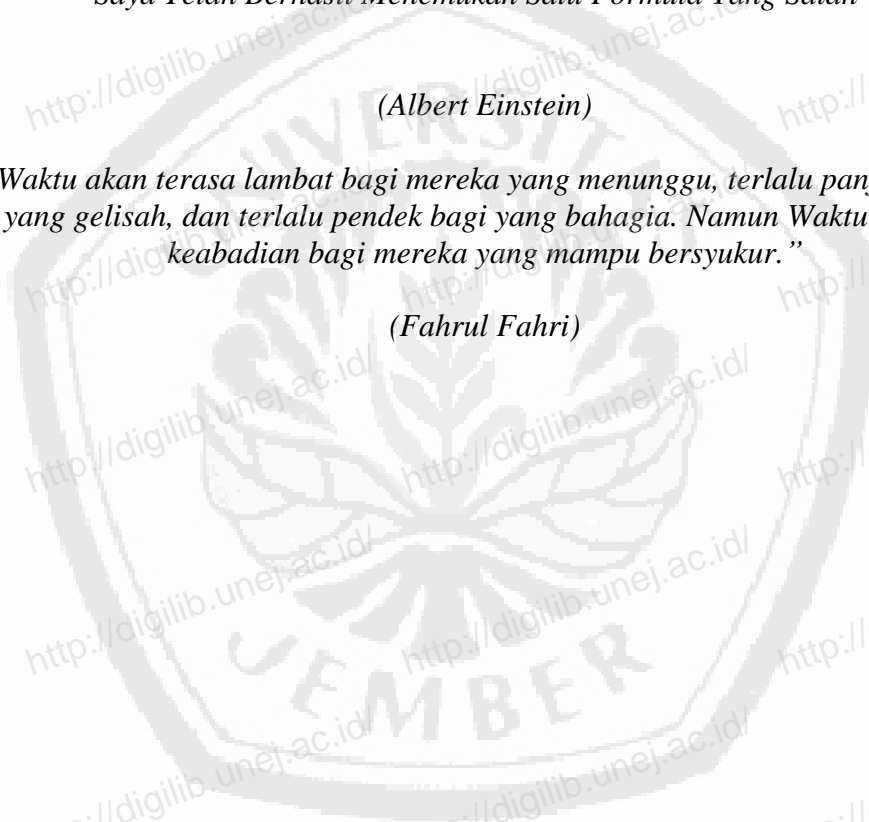
(Qs. Ar Ra’du : 11)

“Saya Tidak Pernah Merasa Gagal, Karena Pada Saat Saya Gagal Sebenarnya Saya Telah Berhasil Menemukan Satu Formula Yang Salah”

(Albert Einstein)

“Waktu akan terasa lambat bagi mereka yang menunggu, terlalu panjang bagi yang gelisah, dan terlalu pendek bagi yang bahagia. Namun Waktu adalah keabadian bagi mereka yang mampu bersyukur.”

(Fahrul Fahri)



**ANALISIS POSISI PRODUCT HANDPHONE MEREK BLACKBERRY
TERHADAP MEREK PESAINGNYA BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI
KELURAHAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER**

Wahyu Dwi Febriyanto

Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAKSI

Penelitian dengan judul analisis Posisi Product Handphone Merek Blackberry dan Merek Pesaingnya Berdasarkan Atribut Produk di Kelurahan Sumbersari Kabupaten Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis posisi produk Handphone Blackberry dan Pesaingnya berdasarkan persepsi konsumen di wilayah Kelurahan Sumbersari Kabupaten Jember. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mendapatkan suatu deskripsi atau gambaran yang jelas untuk digunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan (Sugiyono, 2008:5). Dalam hal ini, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana posisi masing-masing produk *handphone* diantara pesaing-pesaingnya (*competitive positioning*) yang dilihat dari atribut produk yang meliputi harga, model, kualitas fitur layanan, Kenyamanan pemakaian, Daya tahan dan Jaminan atau garansi. Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini merupakan penelitian survey yang penyelidikannya dilakukan untuk memperoleh fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual, dimana informasi dikumpulkan dari jawaban responden yang dijadikan obyek penelitian dengan memberikan kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Multidimensional Scaling* (MDS) dengan menggunakan program *software Statistical Package for Social Science* (SPSS). Peta *positioning* yang dihasilkan menunjukkan bahwa Nokia merupakan pesaing terdekat atau pesaing langsung (*direct competitor*) dari *handphone* Blackberry, terutama menyangkut model *handphone*, kualitas fitur layanan, kenyamanan pemakaian, dan jaminan atau garansi *handphone*.

ABSTRACT

Position analysis research entitled Brand Blackberry and Mobile Product Brand Product Attributes Based Competitors in the Village Summersari Jember. This study aimed to identify and analyze the position of the Blackberry mobile phones and rival products based on consumer perceptions in the Village Summersari Jember. This research is descriptive quantitative research that aims to get a clear description or picture to be used as consideration in decision making (Sugiyono, 2008:5). In this regard, this study wanted to know how to position their mobile products among its competitors (competitive positioning) as seen from the attributes of the product that includes price, model, quality of service features, service usage, durability and warranty or guarantee. Based on the method of data collection, survey research is an investigation conducted to obtain the facts of the presenting symptoms and seeking factual information, where information is gathered from respondents who made the object of research by providing a questionnaire. The method of data analysis using Multidimensional Scaling (MDS) using the software program Statistical Package for Social Science (SPSS). The resulting positioning map indicates that Nokia is the closest competitor or competitors (direct competitor) of the Blackberry mobile phone, especially the mobile phone models, the quality of service features, convenience of use, and guarantee or warranty the phone.

PRAKATA

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT atas limpahkan Rahmat, Taufik, dan Hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“ANALISIS POSISI *PRODUCT* HANDPHONE MEREK BLACKBERRY TERHADAP MEREK PESAINGNYA BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI KELURAHAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER”**, yang merupakan tugas akhir dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jember.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan 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, M.Si dan Bapak Dr. M. Dimiyati, SE, M.si selaku Ketua Jurusan dan Sekertaris Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- 3) Bapak Drs. Adi Prasodjo, MP selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. Handriyono, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
- 4) Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini.
- 5) Seluruh karyawan dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang memberikan waktunya demi kelancaran penelitian ini.
- 8) Bapakku H. Burawi Fadli dan Ibuku Hj. Uswatun Hasanah yang telah memberi kasih sayang, perhatian, semangat, dukungan materiil serta do'anya selama ini .
- 9) Teman seperjuangan Manajemen Reguler 2007: Reza, Rossi, Aris, Udin, Fortino, Dondy, Arif, Zeyn, Titis, Akbar ndul, Shendy, Dedi, Dedi Etto, Bayu, serta teman-teman lainnya yang tidak tercantum terima kasih untuk kebersamaan selama ini.

- 10) Teman-teman N250RC Jember: Salman, Mas Eko, Reza, Krisna, Mas Yudha, Jefri merah, Jefri Putih, Jefri Ijo, Adit, Ivan, Mas Sony, Mas Yudi, Mas Stefanus, serta para sesepuh Ninja 250R yang belum saya sebutkan dimanapun anda berada, terima kasih untuk dukungannya.
- 11) Teman-Teman WKP tercinta : Mas Zaenus, Pakel, Lim, Dajan, Cak Mar Shina, Arip Jambul, Siraf, Bucep, Aji, Ferly, Mas Eko dan semua penghuni WKP, Terimakasih atas dukungannya.
- 12) Teman-teman maenku antara lain: Edy toopat, Ustadz Fikri, Udit, Hafid, Usi, Elong, Hadi, Kus, Iwan, Yayan, Jony, Aan, Sitas, Samid, Hasan, Lingga Sruput, Jimmy, Rooney, Aden, Odox, Fuk Silvy, Fuk Enda, Fanny, Rere tembem, Phi, Ecy, Tata' bintang, Rara, Cindy, Tary, Tiara, Ulfa, Vira, Iik gayuh, Wika, Ayik, Indah, Tyas, Winda, Mery, dinar, Corin serta yang lainnya yang belum saya sebut, terimakasih sudah memberi dukungan.
- 13) Semua pihak yang sudah membantu sampai terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 16 Oktober 2012

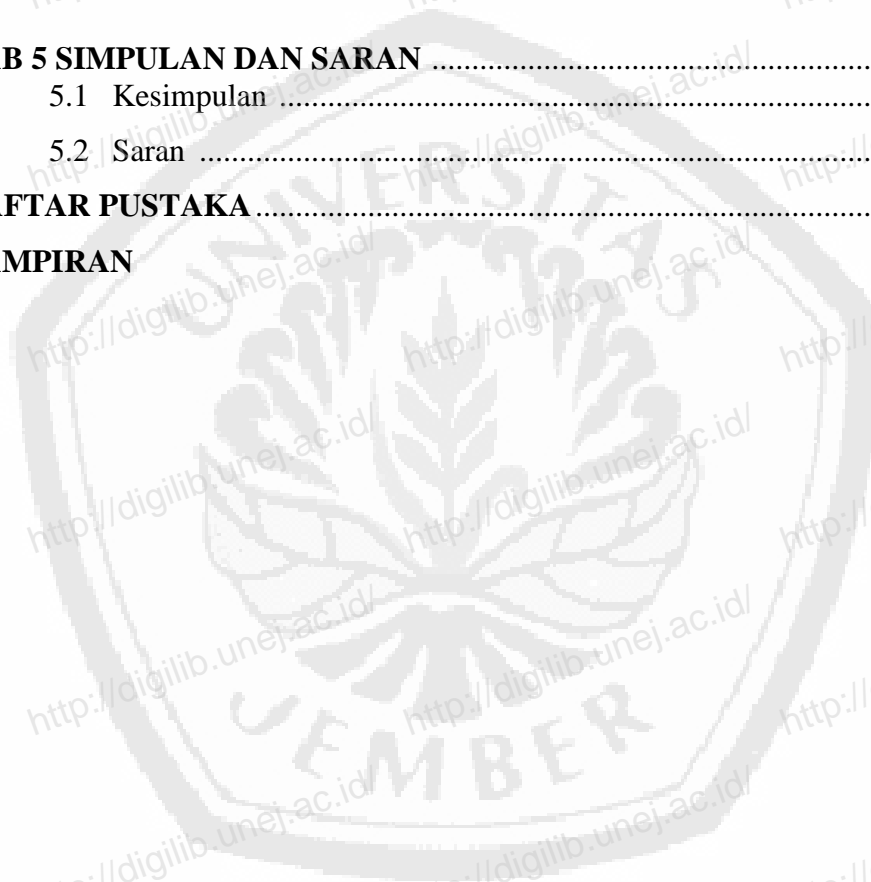
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Konsep Segmentasi Pasar (<i>Segmenting</i>), Target Pasar (<i>Targetting</i>), dan <i>Positioning</i>	6
2.1.1.1 Konsep Segmentasi Pasar	6
2.1.1.2 Konsep Target Pasar	7
2.1.1.3 Konsep Positioning	9
2.1.2 Strategi <i>Positioning</i>	14
2.1.3 Produk.....	21
2.1.3.2 Atribut Produk.....	23
2.1.3.3 Strategi Produk.....	25

2.1.4	Perilaku Konsumen	25
2.2	Penelitian Terdahulu	27
2.3	Kerangka Konseptual	29
BAB 3 METODE PENELITIAN		32
3.1	Rancangan Penelitian	32
3.2	Sumber Data	32
3.3	Populasi dan Sampel	33
3.4	Teknik Pengukuran Data	34
3.5	Identifikasi Variabel	34
3.6	Definisi Oprasional Variable.....	34
3.7	Metode Analisis Data	36
3.8	Kerangka Pemecahan Masalah	40
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....		42
4.1	Gambaran Umum Wilayah Kabupaten Jember	42
4.2	Gambaran Umum Produk <i>Handphone</i>	43
4.3	Karakteristik Responden	45
4.4	Analisis Data	46
4.4.1	Penilaian Keandalan dan Kesahihan	46
4.4.2	Peta Posisi Berbasis Atribut Harga <i>Handphone</i>	47
4.4.3	Peta Posisi Berbasis Atribut Model <i>Handphone</i>	52
4.4.4	Peta Posisi Berbasis Atribut Kualitas Fitur Layanan.....	56
4.4.5	Peta Posisi Berbasis Atribut Kenyamanan Pemakaian <i>Handphone</i>	60
4.4.6	Peta Posisi Berbasis Atribut Daya Tahan <i>Handphone</i>	64
4.4.7	Peta Posisi Berbasis Atribut Jaminan atau Garansi <i>Handphone</i>	68
4.5	Pembahasan	72
4.5.1	Peta <i>Positioning</i> Berbasis Atribut Harga <i>Handphone</i>	72
4.5.2	Peta <i>Positioning</i> Berbasis Atribut Model <i>Handphone</i>	72

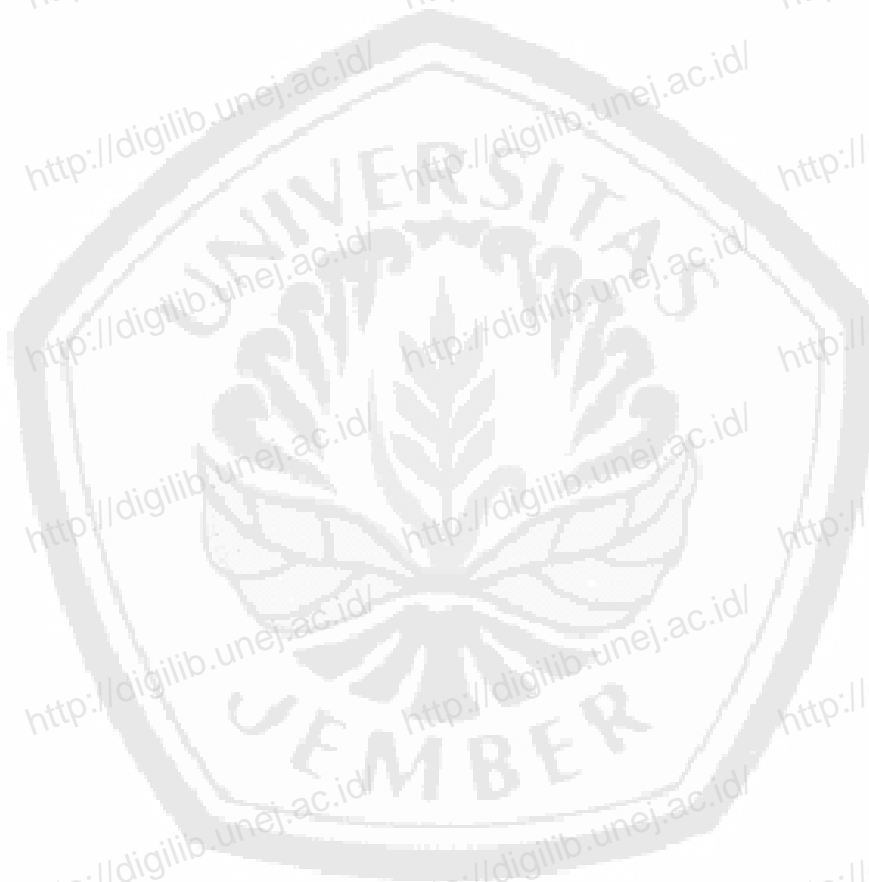
4.5.3	Peta <i>Positioning</i> Berbasis Atribut Kualitas Fitur Layanan..	73
4.5.4	Peta <i>Positioning</i> Berbasis Atribut Kenyamanan Pemakaian <i>Handphone</i>	73
4.5.5	Peta <i>Positioning</i> Berbasis Atribut Daya Tahan <i>Handphone</i>	74
4.5.6	Peta <i>Positioning</i> Berbasis Atribut Jaminan atau Garansi <i>Handphone</i>	74
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN		76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Individual Simillary Matrix	18
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Ini	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	45
Tabel 4.2 Nilai Stress Atribut Produk <i>Handphone</i>	47
Tabel 4.3 Nilai RSQ Atribut Produk <i>Handphone</i>	47
Tabel 4.4 Persepsi Konsumen (responden ke-1) tentang Kemiripan Atribut Harga <i>Handphone</i>	48
Tabel 4.5 Koordinat <i>Handphone</i> di Kelurahan Sumbersari Kabupaten Jember Berdasarkan Atribut Harga	49
Tabel 4.6 Persepsi Konsumen (responden ke-1) tentang Kemiripan Atribut Model <i>Handphone</i>	52
Tabel 4.7 Koordinat <i>Handphone</i> di Kelurahan Sumbersari Kabupaten Jember Berdasarkan Atribut Model <i>Handphone</i>	53
Tabel 4.8 Persepsi Konsumen (responden ke-1) tentang Kemiripan Atribut Kualitas Fitur Layanan.....	56
Tabel 4.9 Koordinat <i>Handphone</i> di Kelurahan Sumbersari Kabupaten Jember Berdasarkan Atribut Kualitas Fitur Layanan	57
Tabel 4.10 Persepsi Konsumen (responden ke-1) tentang Kemiripan Atribut Kenyamanan Pemakaian <i>Handphone</i>	60
Tabel 4.11 Koordinat <i>Handphone</i> di Kelurahan Sumbersari Kabupaten Jember Berdasarkan Kenyamanan Pemakaian <i>Handphone</i>	61
Tabel 4.12 Persepsi Konsumen (responden ke-1) tentang Kemiripan Daya Tahan	64

Tabel 4.13 Koordinat <i>Handphone</i> di Kelurahan Sumbersari Kabupaten Jember Berdasarkan Atribut Daya Tahan <i>Handphone</i>	65
Tabel 4.14 Persepsi Konsumen (responden ke-1) tentang Kemiripan Atribut Jaminan atau Garansi <i>Handphone</i>	68
Tabel 4.15 Koordinat <i>Handphone</i> di Kelurahan Sumbersari Kabupaten Jember Berdasarkan Atribut Jaminan atau Garansi <i>Handphone</i> .	69



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Dua Pendekatan Utama Pada Segmentasi	7
Gambar 2.2 Peta Hasil Proses INDSCAL	19
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	30
Gambar 3.1 Prosedur Analisis MDS	37
Gambar 3.2 Input Data Analisis MDS	38
Gambar 3.3 Kerangka Pemecahan Masalah	40
Gambar 4.1 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Harga	49
Gambar 4.2 Peta 2 Dimensi Konsistensi Responden Kemiripan Atribut Harga <i>Handphone</i>	50
Gambar 4.3 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Harga <i>Handphone</i>	51
Gambar 4.4 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Model <i>Handphone</i>	53
Gambar 4.5 Peta 2 Dimensi Konsistensi Responden Kemiripan Atribut Model <i>Handphone</i>	54
Gambar 4.6 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Model <i>Handphone</i>	55
Gambar 4.7 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Kualitas Fitur Layanan	57
Gambar 4.8 Peta 2 Dimensi Konsistensi Responden Kemiripan Atribut Kualitas Fitur Layanan	58
Gambar 4.9 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Kualitas Fitur Layanan	59
Gambar 4.10 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Kenyamanan Pemakaian <i>Handphone</i>	61
Gambar 4.11 Peta 2 Dimensi Konsistensi Responden Kemiripan Atribut Kenyamanan Pemakaian <i>Handphone</i>	62
Gambar 4.12 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Kenyamanan Pemakaian <i>Handphone</i>	63
Gambar 4.13 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Daya Tahan <i>Handphone</i> ..	65

Gambar 4.14 Peta 2 Dimensi Konsistensi Responden Kemiripan Atribut Daya Tahan <i>Handphone</i>	66
Gambar 4.15 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Daya Tahan <i>Handphone</i>	67
Gambar 4.16 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Jaminan atau Garansi <i>Handphone</i>	69
Gambar 4.17 Peta 2 Dimensi Konsistensi Responden Kemiripan Atribut Jaminan atau Garansi <i>Handphone</i>	70
Gambar 4.18 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut jaminan atau Garansi <i>Handphone</i>	71

