

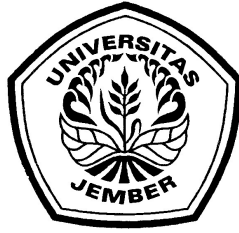
**ANALISIS PETA POSISI PRODUK PASTA GIGI  
BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI KOTA JEMBER**

**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

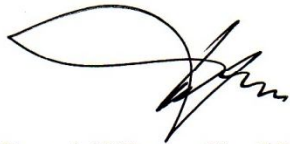
Nama Mahasiswa : HESTIKA PRABOWO

NIM : 060810201059

Jurusan : MANAJEMEN

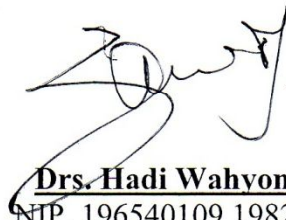
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN

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
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>PRAKATA</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</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 <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
<b>2.2 Kajian Empiris</b> .....	17
<b>2.3 Kerangka Konseptual</b> .....	19
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	20
<b>3.1 Rancangan Penelitian</b> .....	20

<b>3.2 Populasi dan Sampel</b> .....	20
<b>3.3 Jenis dan Metode Pengumpulan Data</b> .....	21
3.3.1 Jenis Data .....	21
3.3.2 Metode Pengumpulan Data .....	22
<b>3.4 Definisi Operasional Variabel</b> .....	22
<b>3.5 Skala Pengukuran</b> .....	23
<b>3.6 Uji Instrumen</b> .....	24
3.6.1 Uji Validitas .....	24
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	24
<b>3.7 Metode Analisis Data</b> .....	25
<b>3.8 Kerangka Pemecahan Masalah</b> .....	27
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	29
<b>4.1 Hasil Penelitian</b> .....	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
<b>4.2 Pembahasan</b> .....	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
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	59
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	59
<b>5.2 Saran</b> .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	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 <i>Perceptual 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 <i>Perceptual 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