



**ANALISIS PEMETAAN *PRODUCT POSITIONING* MINUMAN
BERENERGI MEREK (EXTRA JOSS, KUKU BIMA ENER-G,
HEMAVITON JRENG) DITINJAU DARI PERSEPSI KONSUMEN DI
KOTA JEMBER**

SKRIPSI

Oleh:

**CAHYO NUSANTORO
NIM 060810201215**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**ANALISIS PEMETAAN *PRODUCT POSITIONING* MINUMAN
BERENERGI MEREK (EXTRA JOSS, KUKU BIMA ENER-G,
HEMAVITON JRENG) DITINJAU DARI PERSEPSI
KONSUMEN DI KOTA JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh:

**CAHYO NUSANTORO
NIM 060810201215**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : CAHYO NUSANTORO
NIM : 060810201215
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : PEMASARAN
Judul Skripsi : ANALISIS PEMETAAN *PRODUCT POSITIONING*
MINUMAN BERENERGI MEREK (EXTRA JOSS,
KUKU BIMA ENER-G, HEMAVITON JRENG)
DITINJAU DARI PERSEPSI KONSUMEN 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, Juni 2012
Yang menyatakan,

CAHYO NUSANTORO
NIM. 060810201215

PENGESAHAN

ANALISIS PEMETAAN *PRODUCT POSITIONING* MINUMAN BERENERGI MEREK (EXTRA JOSS, KUKU BIMA ENER-G, HEMAVITON JRENG) DITINJAU DARI PERSEPSI KONSUMEN DI KOTA JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : CAHYO NUSANTORO

NIM : 060810201215

Jurusan : MANAJEMEN

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal :

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. Adi Prasajo, MP :

NIP. 19550516 198703 1 001

Sekretaris : Prof. Dr. Isti Fadah M.Si :

NIP. 19661020 199002 2 001

Anggota : Dr. Imam Suroso, SE, M.Si :

NIP. 19591013 198802 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 PEMETAAN *PRODUCT POSITIONING*
MINUMAN BERENERGI MEREK (EXTRA JOSS,
KUKU BIMA ENER-G, HEMAVITON JRENG)
DITINJAU DARI PERSEPSI KONSUMEN DI KOTA
JEMBER

Nama Mahasiswa : CAHYO NUSANTORO
NIM : 060810201215
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Prof.Dr. H. R. Andi Sularso,MSM
NIP.19600413 198602 1 002

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

Ketua Jurusan,

Prof. Dr. Istifadah, SE, M.Si
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 kedua orang tuaku yang tak pernah lelah mempercayaku, mendoakanku dan memberikan curahan kasih sayangnnya padaku.**
- b. Untuk saudara-saudaraku yang memberi dukungan tanpa henti-henti.**
- c. Untuk sahabat-sahabat dan kekasihku yang selalu memberi semangat, dukungan dan kasih sayangnnya serta menjadi tempat tujuan pertama bagiku saat aku membutuhkan bantuan, saran dan pemicu semangat.**
- d. Almamater Fakultas Ekonomi yang aku banggakan.**

MOTTO

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

*Hinaan dan Cemoohan dari orang yang ragu pada kita
adalah cambuk paling kuat untuk mencapai kesuksesan
(Sir Alex Ferguson)*

*Perilaku yang paling baik adalah Berani menanggung
resiko, orang-orang yang berani melakukan spekulasi di
dalam hidupnya pasti akan mengalami keberhasilan
(Kumar Shanu)*

*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)*

*Mati Sekali, Jatuh Cinta Sekali, Menikah pun cukup satu
kali, karena kita hidup pun Cuma satu kali.
(Rahul Khana)*

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “Analisis Pemetaan *Product Positioning* Minuman Berenergi Merek(Extra Joss, Kuku Bima Enr-G, Hemaviton Jreng) Ditinjau Dari Persepsi Konsumen Di Kota Jember”. Objek penelitian ini adalah tiga produk minuman berenergi yang saat ini sedang bersaing ketat di industri minuman berenergi di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui *product positioning* minuman berenergi ditinjau dari peta persepsi konsumen berdasarkan atribut-atribut produk di Jember. Persepsi konsumen merupakan hasil penilaian dari atribut-atribut yang ditawarkan. Atribut produk minuman berenergi yang diteliti, yaitu : harga, rasa, kemanan konsumsi, ketersediaan, khasiat / kehandalan dan kemasan.

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.

Correspondence Analysis akan menghasilkan peta perseptual, dari peta perseptual tersebut dapat diketahui bagaimana *product positioning* produk minuman berenergi ditinjau dari persepsi konsumen berdasarkan karakteristik konsumen dan atribut-atribut yang diteliti. Peta perseptual antara minuman berenergi dengan karakteristik konsumen menunjukkan bahwa ketiga minuman berenergi tersebut selalu mendapatkan posisinya dalam benak konsumen. Metode sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling*,

Kata kunci: *Product Positioning*, pemetaan product, persepsi konsumen

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Analisis Pemetaan *Product Positioning* Minuman Berenergi Merek(Extra Joss, Kuku Bima Ener-G, Hemaviton Jreng) “. 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 DR. Istifadah, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Ibu Dr. Istifadah, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik
4. Bapak Prof.Dr. H. R. Andi Sularso selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Imam Suroso, 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, Bapak Hartono dan Ibu Murti Ningsih, terimakasih atas kasih sayang, kesabaran, dukungan, dan doanya untukku. Terima kasih juga karena masih memberi kepercayaan padaku meskipun aku berkali-kali membuat kalian kecewa. Maaf kalau aku belum menjadi yang kalian inginkan, tapi ini adalah awal segalanya. Semua kata-kata sindiran dari kalian aku jadikan pemacu semangatku dan semua itu adalah bukti bahwa kalian sangat peduli dan sayang padaku.
9. Adikku Hertyas Hanggarini, terima kasih karena kamu tidak lulus duluan

10. Teman-teman, terima kasih ya sudah mendoakanku sebelum aku ujian.
11. Sahabat-sahabatku, saat duniaku tertawa dan dipenuhi bintang kalian terkadang menghilang, tapi kalian selalu ada disaat aku merasa lemah...jangan pernah kalian menghilang. Terima kasih banyak buat sahabat-sahabatku Jamal, Totok, Nody, Arief, Eko, Desi, Febri, Torikil, Ateng, Austin, Nanda, Yuris karena kalian tidak lulus duluan
12. Teman temanku para mahasiswa Fakultas Ekonomi Meydi, Jamal, Bayu, Eko, Febri terima kasih sudah mengajak aku *ngopi* tiap hari, kalian berperan besar atas kelambatan skripsiku!!
13. Ibu Kantin, terima kasih buat kopi hangat dan sepiring sop lezat setiap hari.
14. Teman-teman Manajemen 2006 : Rahul (*my partner in crime in the college*, kita dulu berjaya!!), Mas Dian (terima kasih sudah banyak bantu skripsiku), Meydi (terima kasih sudah jadi moderator seminarku meskipun belum dikasih rokok
15. Adik-adik angkatanku, terima kasih sudah memberi saran dan bantuan serta sudah membuatku mengalami 1 jam seminar yang menjadi 1 jam paling mencekam dalam hidupku.
16. 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, Juni 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATAPENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
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	9
2.1.1.3 Persepsi Konsumen	11
2.1.2 Penentuan Posisi Pasar (Positioning)	12
2.1.2.1 Dasar Positioning	13
2.1.2.2 Pendekatam-pendekatan Dalam Melakukan Positioning	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
2.3 Kerangka Konseptual.....	23
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Populasi dan Sampel.....	24
3.2.1 Populasi.....	24
3.2.2 Sampel.....	24
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.3.1 Jenis Data.....	25
3.3.2 Sumber Data.....	26
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.5 Skala Pengukuran.....	28
3.6 Uji Instrumen.....	28
3.6.1 Uji Validitas.....	28
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	29
3.7 Metode Analisis Data.....	29
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah.....	31
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	33
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan Produsen Ketiga Minuman Berenergi.	33
4.1.2 Gambaran Umum Tiga Minuman Berenergi... ..	36
4.1.3 Gambaran Umum Responden.....	37
4.1.4 Uji Instrumen Penelitian.....	39
4.1.5 Hasil Analisis Data.....	41
4.2 Pembahasan.....	60
4.2.1 <i>Positioning</i> Extra Joss,Kuku Bima Ener-G, Hemaviton	

Jreng Berdasarkan Karakteristik Konsumen.....	61
4.2.2 <i>Positioning</i> Extra Joss, Kuku Bim Emer-g, Hemaviton	
Jreng Terhadap Atribut <i>Positioningnya</i>	62
4.2.3 Perbandingan dari <i>Positioning</i> Extra Joss, Kuku Bima Ener-G	
Dan Hemaiton Jreng.....	64
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Penjualan Minuman Berenergi Tahun 2011.....	3
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	38
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.	39
4.4 Uji Validitas	40
4.5 Tabulasi Silang Antara Minuman Berenergi dengan Kelompok Usia.....	42
4.6 Perhitungan <i>Call Expected, Difference</i> dan Nilai Chi-Square Untuk Data Tabulasi Silang Antara Minuman Berenergi dengan Kelompok Usia.....	44
4.7 Tabel Dimensi Peta <i>Perceptual Correspondence Analysis</i> Antara Minuman Berenergi dengan Kelompok Usia.....	45
4.8 Tabulasi Silang Antara Minuman Berenergi dengan Tingkat Pendidikan..	47
4.9 Perhitungan <i>Call Expected, Difference</i> dan Nilai Chi-Square Untuk Data Tabulasi Silang Antara Minuman Berenergi dengan Tingkat Pendidikan	49
4.10 Tabel Dimensi Peta <i>Perceptual Correspondence Analysis</i> Antara Minuman Berenergi dengan Tingkat Pendidikan	50
4.11 Tabulasi Silang Antara Minuman Berenergi dengan Jenis Pekerjaan....	52
4.12 Perhitungan <i>Call Expected, Difference</i> dan Nilai Chi-Square Untuk Data Tabulasi Silang Antara Minuman Berenergi dengan Jenis Pekerjaan..	54
4.13 Tabel Dimensi Peta <i>Perceptual CA</i> Antara Minuman Berenergi dengan Jenis Pekerjaan.....	55

Tabel	Halaman
4.14 Tabulasi Silang Antara Minuman Berenergi dan Atribut <i>Positioningnya</i> ...	57
4.15 Tabel Dimensi Peta Perceptual CA Minuman Berenergi dan Atribut <i>Positioningnya</i>	58
4.16 Perbandingan <i>Positioning</i> Extra Joss, Kuku Bima Ener-G, Hemaviton Jreng	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	23
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	31
4.1 Peta Perceptual Antara Tiga Minuman Berenergi dengan Kategori Usia...	46
4.2 Peta Perceptual Antara Tiga Minuman Berenergi dengan Tingkat Pendidikan	51
4.3 Peta Perceptual Antara Tiga Minuman Berenergi dengan Jenis Pekerjaan...	56
4.4 Peta Perceptual Antara Tiga Minuman Berenergi dengan Atribut <i>Positioningnya</i>	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden.....	79
Lampiran 3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	84
Lampiran 4. <i>Correspondence Analysis</i> Tiga Minuman Berenergi dengan Kelompok Usia.....	86
Lampiran 5. <i>Correspondence Analysis</i> Tiga Minuman Berenergi dengan Tingkat Pendidikan.....	90
Lampiran 6. <i>Correspondence Analysis</i> Tiga Minuman Berenergi dengan Jenis Pekerjaan.....	94
Lampiran 7. <i>Correspondence Analysis</i> Tiga Minuman Berenergi dengan Atribut <i>Positioningnya</i>	98