

**POSITIONING ANALYSIS NOTEBOOK ACER IN SOUTH JAKARTA**  
**( Perceptual Mapping Notebook Acer With Competitor )**

**by:**

**Hartanto**

***Abstract***

*Positioning on the nature-oriented nature diferensasi. They defined it as a creative effort to create a unique and superior position for a brand in the minds of target customers so that the brand can stand out among the crowd of similar brands that are flooding the market. The analysis technique used in this study is a multivariate analysis technique. The multivariate analysis of related statistical methods jointly conducted an analysis of more than two variables on each product. To determine the similarity between the products can be done with the Multi Dimensional Scaling (MDS) and Correspondence Analysis (CA) to determine the advantages of each variable for each produk.alat analysis is used and overlap, because MDS and CA are both generate output map perceptual (perceptual map) that describes the position of notebook Acer and its competitors. Through MDS and CA are expected to obtain information about the positioning of the Acer notebook, as well as the attributes of excellence preferences Acer notebook. This information will be used as a basis in determining marketing strategies that can be applied to notebook Acer to strengthen the positioning based on the attributes possessed as a notebook.*

*Keyword : Positioning, Product Attributes*

# **ANALISIS POSITIONING NOTEBOOK ACER DI DAERAH JAKARTA SELATAN (Perceptual Mapping Acer dengan notebook pesaing)**

**Oleh**

**Hartanto**

***Abstrak***

Positioning (pemosisian) pada hakikat-hakikat berorientasi pada diferensiasi. Mereka merumuskannya sebagai upaya kreatif untuk menciptakan posisi unik dan unggul bagi sebuah merek dalam benak pelanggan sasaran sedemikian rupa sehingga merek tersebut bisa menonjol di antara kerumunan merek-merek serupa yang membanjiri pasar. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis multivariate. Analisis multivariate ini berhubungan dengan metode statistik yang secara bersama-sama melakukan analisis terhadap lebih dari dua variabel pada setiap produk. Untuk mengetahui kemiripan antar produk dapat dilakukan dengan Multi Dimensional Scaling (MDS) dan Correspondence Analysis (CA) untuk mengetahui keunggulan masing-masing variabel untuk setiap produk. alat analisis tersebut dipergunakan dan saling melengkapi, karena MDS dan CA sama-sama menghasilkan output berupa peta perseptual (perceptual map) yang menggambarkan posisi notebook Acer dan pesaingnya. Melalui MDS dan CA diharapkan akan didapatkan informasi tentang positioning notebook Acer sebagai, serta preferensi keunggulan atribut yang dimiliki notebook Acer. Informasi inilah yang akan dijadikan landasan dalam penetapan strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada notebook Acer untuk menguatkan positioningnya berdasarkan atribut-atribut yang dimiliki sebagai notebook.

***Kata Kunci*** : Positioning, Atribut produk