



**ANALISIS POSITIONING MINIMARKET ALFAMART
DENGAN MINIMARKET PESAING DI DEPOK**

SKRIPSI

SITI KURNIAWATI

1110111005

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

2015



**ANALISIS POSITIONING MINIMARKET ALFAMART
DENGAN MINIMARKET PESAING DI DEPOK**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

SITI KURNIAWATI

1110111005

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
2015**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Siti Kurniawati
NRP : 1110111005
Tanggal : 03 Februari 2015

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 03 Februari 2015

Yang Menyatakan,



Siti Kurniawati

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:-

Nama : Siti Kurniawati
NIM : 1110111005
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : S1 Manajemen

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Positioning Minimarket Alfamart Dengan Minimarket Pesaing Di Depok

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 03 Februari 2015

Yang menyatakan,



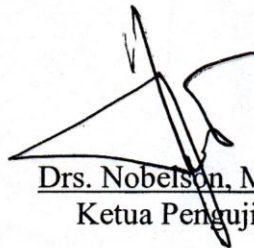
Siti Kurniawati

PENGESAHAN


Skripsi diajukan oleh

Nama : Siti Kurniawati
NRP : 1110111005
Progran Studi : S1 Manajemen
Judul : Analisis Positioning Minimarket Alfamart Dengan
Minimarket Pesaing Di Depok


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.



Drs. Nobelson, MM
Ketua Penguji




Tati Handayani, SE, MM
Penguji I



Suharyati, SE, MM
Penguji II/Pembimbing



Dr. Erna Hernawati, Ak, CPMA, CA
Dekan



Drs. Nurmatias, MM
Ka. Prodi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 03 Februari 2015

ANALISIS POSITIONING MINIMARKET ALFAMART DENGAN MINIMARKET PESAING DI DEPOK

Siti Kurniawati

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis *positioning* minimarket Alfamart dengan minimarket pesaing di Depok. *Positioning* kegiatan yang melibatkan pengambilan keputusan atribut-atribut yang penting bagi pelanggan untuk meningkatkan daya tarik produk pada target segmen tertentu. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis *multivariate*. Untuk mengetahui kemiripan antar minimarket dapat dilakukan dengan Multidimensional Scaling (MDS) dan *Correspondence Analysis* (CA) untuk mengetahui keunggulan masing-masing variabel untuk setiap minimarket yang sama-sama menghasilkan *output* berupa peta perseptual (*perceptual map*) yang menggambarkan posisi minimarket Alfamart dan pesaingnya. Melalui MDS dan CA diharapkan akan didapatkan informasi tentang *positioning* minimarket Alfamart sebagai preferensi keunggulan kualitas pelayanan dan bauran pemasaran yang dimiliki minimarket Alfamart. Informasi inilah yang akan dijadikan landasan dalam penetapan strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada minimarket Alfamart untuk menguatkan *positioning*-nya berdasarkan kualitas pelayanan dan bauran pemasaran yang dimiliki sebagai minimarket.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran, *Perceptual Map*

ANALYSIS OF POSITIONING MINIMARKET ALFAMART WITH MINIMARKET COMPETITORS IN DEPOK

Siti Kurniawati

Abstract

This study was conducted to analyze the positioning minimarket Alfamart with minimarket competitors in Depok. Positioning activities involving decision-making attributes that are important to customers to increase the attractiveness of certain products in the target segment. The analysis technique used in this study is a multivariate analysis technique. To determine the similarity between the mini can be done with Multi Dimensional Scaling (MDS) and Correspondence Analysis (CA) to determine the advantages of each variable for each minimarket equally generate output perceptual maps (perceptual map) which describes the position Alfamart and competitors. Through MDS and CA are expected to obtain information about the preferences positioning Alfamart as service quality excellence and marketing mix owned Alfamart. This information will be used as a basis in determining marketing strategies that can be applied to the minimarket Alfamart to strengthen the positioning based on quality of service and the marketing mix owned as minimarket.

Keyword : Quality Service, Marketing Mix, Perceptual Map

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak bulan September 2014 ini adalah Analisis Positioning Minimarket Alfamart Dengan Minimarket Pesaing Di Depok. Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Suharyati, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak, Ibu serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada Fajar Hari Nurcahyo dan teman-teman terutama Vindy Pertiwi serta teman-teman seperjuangan Siska dan Novi yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 03 Februari 2015

Siti Kurniawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Batasan Masalah	5
I.3 Perumusan Masalah.....	5
I.4 Tujuan Penelitian.....	6
I.5 Manfaat Hasil Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
II.1 Hasil Penelitian Terdahulu	7
II.2 Landasan Teori	11
II.3 Kerangka Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	23
III.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	24
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	25
III.4 Metode Analisis dan Uji Hipotesis	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
IV.1 Deskripsi Ojbek Penelitian	31
IV.2 Deskripsi Data Penelitian	35
IV.3 Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	38
IV.4 Pembahasan.....	49
BAB V PENUTUP.....	52
V.1 Kesimpulan	52
V.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Matriks Hasil Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2	Pengukuran Variabel	23
Tabel 3	Skala Likert.....	26
Tabel 4	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	26
Tabel 5	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	27
Tabel 6	Pedoman Nilai Stress.....	28
Tabel 7	Skala Likert.....	35
Tabel 8	Hasil Butir Kuesioner 1-8.....	35
Tabel 9	Hasil Butir Kuesioner 9-14.....	36
Tabel 10	Hasil Butir Kuesioner 15-20.....	36
Tabel 11	Hasil Butir Kuesioner 21-26.....	36
Tabel 12	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 13	Karakteristik Responden Minimarket.....	37
Tabel 14	Case Processing Summary Kualitas Pelayanan.....	38
Tabel 15	Case Processing Summary Bauran Pemasaran.....	38
Tabel 16	Hasil Perhitungan Kualiatas Pelayanan	39
Tabel 17	Item-Total Statistics Kualitas Pelayanan	39
Tabel 18	Hasil Perhitungan Bauran Pemasaran.....	40
Tabel 19	Item-Total Statistics Bauran Pemasaran.....	40
Tabel 20	Rekapitulasi Kualitas Pelayanan	44
Tabel 21	Rekapitulasi Bauran Pemasaran	45
Tabel 22	Chi-Square Kualitas Pelayanan	46
Tabel 23	Chi-Square Bauran Pemasaran	46
Tabel 24	Deskripsi Hasil Peta Korespondensi Kualitas Pelayanan.....	47
Tabel 25	Deskripsi Hasil Peta Korespondensi Bauran Pemasaran.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Grafik Brand Switching Analysis dari minimarket-minimarket yang ada di Indonesia	4
Gambar 2	Kerangka Penelitian	22
Gambar 3	Derived Stimulus Configuration	28
Gambar 4	Derived Subject Weight.....	42
Gambar 5	Scatterplot of Linear Fit	42
Gambar 6	Derived Stimulus Configuration	43
Gambar 7	Hasil Pengujian Korespondensi Kualitas Pelayanan	47
Gambar 8	Hasil Pengujian Korespondensi Bauran Pemasaran	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Kuesioner
Lampiran 2	Hasil Analisis Deskriptif
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4	Analisis Multidimensional Scaling
Lampiran 5	Analisis Korespondensi
Lampiran 6	r Tabel
Lampiran 7	Gambar Minimarket
Lampiran 8	Surat Riset