



**ANALISIS *POSITIONING SMARTPHONE* BERDASARKAN
ATRIBUT PRODUK DAN PERSEPSI KONSUMEN DI
KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

SKRIPSI

AGUSTO TANTO HARI

1310111128

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2017**



**ANALISIS *POSITIONING SMARTPHONE* BERDASARKAN
ATRIBUT PRODUK DAN PERSEPSI KONSUMEN DI
KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

SKRIPSI

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

AGUSTO TANTO HARI

1310111128

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2017**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Augusto Tanto Hari

NIM : 1310111128

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

Jakarta, 20 Juni 2017

Yang Menyatakan



Agusto Tanto Hari

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Augusto Tanto Hari
NIM : 1310111128
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen S1
Jenis Karya : Skripsi

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

***Analisis Positioning Smartphone Berdasarkan Atribut Produk Dan Persepsi
Konsumen Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta***

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 : 20 Juni 2017

Yang Menyatakan,



Agusto Tanto Hari

PENGESAHAN

**ANALISIS *POSITIONING SMARTPHONE* BERDASARKAN
ATRIBUT PRODUK DAN PERSEPSI KONSUMEN DI
KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**AGUSTO TANTO HARI
1310111128**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal : 20 Juni 2017
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Yuliniar, S.E., M.M.
Ketua Penguji



Lati Handayani, S.E., M.M.
Penguji I (Pembimbing I)

Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP.
Dekan



Drs. Syarif Ali, M.Si.
Penguji II (Pembimbing II)



Wahyudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta

Pada tanggal : 20 Juni 2017



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692858
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2016/2017

Hari ini Selasa, tanggal 20 Juni 2017, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : AGUSTO TANTOHARI

No.Pokok Mahasiswa : 1310111128

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

ANALISIS POSITIONING SMARTPHONE BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DAN PERSEPSI KONSUMEN DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

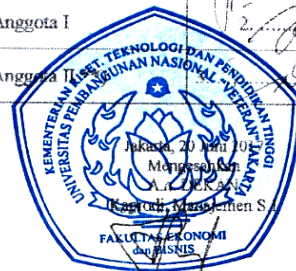
Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yulinar, SE, MM	Ketua	
2	Tati Handayani, SE, MM	Anggota I	
3	Drs. Syarif Ali, M.Si	Anggota II	

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing



Wahyudi, SE, MM

Analisis *Positioning Smartphone* Berdasarkan Atribut Produk dan Persepsi Konsumen Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Oleh

Agusto Tanto Hari

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis *positioning smartphone* berdasarkan atribut produk dan persepsi konsumen di kalangan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan metode *sampling purposive*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang menggunakan *smartphone* Samsung, Nokia, Blackberry, iPhone, dan Lenovo. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis multivariat, yaitu Penskalaan Multidimensional atau *Multidimensional Scaling* (MDS) dan Analisis Korespondensi atau *Correspondence Analysis* (CA) yang menghasilkan *output* berupa peta perseptual (*perceptual map*) yang menggambarkan setiap posisi dan atribut-atribut *smartphone* yang berada di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan mengenai *positioning* setiap *smartphone* dan berada pada posisinya masing-masing dibenak para mahasiswa. Dilihat pada variabel atribut produk, atribut tahan lama, memenuhi spesifikasi, fitur yang dibutuhkan, nilai seni, dan desain menyenangkan, *smartphone* Blackberry lebih unggul diantara pesaingnya, yaitu *smartphone* Samsung, Nokia, iPhone, dan Lenovo. Sementara pada variabel persepsi konsumen, atribut media elektronik, media cetak, kebutuhan pribadi, media iklan, iklan media cetak, iklan TV, harga, kualitas produk, simbol dan citra visual, *smartphone* iPhone lebih unggul diantara pesaingnya, yaitu *smartphone* Samsung, Nokia, Blackberry, dan Lenovo.

Kata Kunci : Atribut Produk, Persepsi Konsumen, Peta Perseptual.

Analysis Positioning Smartphone Through Product Attribute And Consumer Perception In Students Of Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

By

Agusto Tanto Hari

Abstract

This study was conducted to analyze positioning smartphone through product attribute and consumer perception in students of Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Technique Sampling in this research is nonprobability sampling with purposive sampling method. Sample in this study of 100 respondents that students who use smartphone Samsung, Nokia, Blackberry, iPhone, and Lenovo. Data used in this study are primary data with questionnaire which answer of respondents. Analysis data using multidimensional scalling and correspondence analysis to generate output perceptual map (perceptual map) which describes every position and attribute-attribute of smartphone in Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. The results showed that there were different about positioning every smartphone and every smartphone in every positions on mind of students. In variabel product attribute, attribute good durable, conform of specification, feature on need, value of art, and good design, smartphone Blackberry more excellent between competitors, smartphone Samsung, Nokia, iPhone, and Lenovo. Meanwhile in variabel consumer perception, attribute electronic media, print media, personal need, advertisement media, print media advertisement, television advertisement, price, quality product, symbol, and visual perception, smartphone iPhone more excellent between competitors, smartphone Samsung, Nokia, Blackberry, and Lenovo.

Keywords : Product Attribute, Consumer Perception, Perceptual Map.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang mana dilaksanakan sejak bulan Februari 2017 adalah “Analisis *Positioning Smartphone* Berdasarkan Atribut Produk dan Persepsi Konsumen Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta”. Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta, Bapak Wahyudi, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1, Ibu Tati Handayani, S.E., M.M. dan Bapak Drs. Syarif Ali, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat dalam proses penyusunan penelitian.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak S.Mangapul Lumban Toruan dan Elly Edita Sibuea selaku kedua orang tua tercinta dan Manaek Andrianus Lumban Toruan selaku kakak tercinta, NHKBP Pamulang selaku organisasi tercinta, serta seluruh keluarga saudara/i yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan selalu mendoakan yang terbaik, agar skripsi ini berhasil diselesaikan.

Penulis juga ucapkan terima kasih kepada teman-teman terdekat yang sangat berjasa dalam penelitian ini terutama untuk Irvan Adi Saputra, Yudha Prawira, Idham Fajar Rahmat, Ridho Juliano, Erico Dwi Darmawan, Keluarga besar Lokal C, para sahabat SMOKAR, seluruh teman satu bimbingan, serta teman-teman seperjuangan angkatan 2013 S1 Manajemen yang telah membantu dan bekerja bersama-sama dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 20 Juni 2017

Agusto Tanto Hari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
PRAKATA	vx
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

Error! Bookmark not defined.

I.1	Latar Belakang	
	Error! Bookmark not defined.	
I.2	Pembatasan Masalah	
	Error! Bookmark not defined.	
I.3	Perumusan Masalah.....	
	Error! Bookmark not defined.	
I.4	Tujuan Penelitian.....	
	Error! Bookmark not defined.	
I.5	Manfaat Penelitian.....	
	Error! Bookmark not defined.	

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Error! Bookmark not defined.

II.1	Penelitian Sebelumnya	
	Error! Bookmark not defined.	
II.2	Landasan Teori	
	Error! Bookmark not defined.	
II.2.1	Produk	
	Error! Bookmark not defined.	
II.2.1.1	Pengertian Produk	
	Error! Bookmark not defined.	
II.2.1.2	Karakteristik Produk	
	Error! Bookmark not defined.	
II.2.1.3	Klasifikasi Produk	15
II.2.2	Ekuitas Merek	
	Error! Bookmark not defined.	
II.2.2.1	Pengertian Ekuitas Merek	
	Error! Bookmark not defined.	

II.2.2.2	Model Ekuitas Merek	Error! Bookmark not defined.
II.2.3	<i>Positioning</i>	Error! Bookmark not defined.
II.2.3.1	Pengertian <i>Positioning</i>	Error! Bookmark not defined.
II.2.3.2	Langkah-langkah <i>Positioning</i>	Error! Bookmark not defined.
II.2.4	Atribut Produk	Error! Bookmark not defined.
II.2.4.1	Pengertian Atribut Produk	Error! Bookmark not defined.
II.2.4.2	Dimensi Atribut Produk	Error! Bookmark not defined.
II.2.5	Persepsi Konsumen	Error! Bookmark not defined.
II.2.5.1	Pengertian Persepsi Konsumen	Error! Bookmark not defined.
II.2.5.2	Proses Persepsi	Error! Bookmark not defined.
II.3	Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
II.4	Pengembangan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.

BAB III	METODE PENELITIAN	
	Error! Bookmark not defined.	
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	
	Error! Bookmark not defined.	
III.1.1	Definisi Operasional	
	Error! Bookmark not defined.	
III.1.2	Pengukuran Variabel	
	Error! Bookmark not defined.	
III.2	Populasi dan Sampel	
	Error! Bookmark not defined.	
III.2.1	Populasi	
	Error! Bookmark not defined.	
III.2.2	Sampel	
	Error! Bookmark not defined.	
III.3	Teknik Pengumpulan Data	36
III.3.1	Pengumpulan Data	36
III.3.2	Jenis Data	37
III.3.3	Sumber Data	37
III.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	38
III.4.1	Uji Instrumen	38
III.4.1.1	Uji Validitas	38
III.4.1.2	Uji Reliabilitas	39
III.4.2	Teknik Analisis Data	39
III.4.2.1	Penskalaan Multidimensional	40
III.4.2.2	Analisis Korespondensi	42
III.4.3	Uji Hipotesis	43
III.4.3.1	Uji Chi-Square	44
III.5	Kerangka Model Penelitian	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	48
IV.1	Hasil Penelitian	48
IV.1.1	Deskripsi Objek Penelitian	48
IV.1.1.1	Sejarah Perusahaan	48
IV.1.2	Deskripsi Data Penelitian	51
IV.1.2.1	Karakteristik Responden	51
IV.1.3	Uji Kualitas Data	54
IV.1.3.1	Uji Validitas	54
IV.1.3.2	Uji Reliabilitas	56
IV.1.4	Analisis Data	57
IV.1.4.1	Analisis Penskalaan Multidimensional	57
IV.1.4.2	Analisis Korespondensi	63
IV.1.5	Uji Hipotesis	71
IV.1.5.1	Uji <i>Chi-Square</i>	71
IV.2	Pembahasan	72
IV.3	Keterbatasan Penelitian	76
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	77
V.1	Simpulan	77

V.2	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Top-Brand Award Indonesia	3
Tabel 2.	Matriks Penelitian Sebelumnya	12
Tabel 3.	Pengukuran Variabel	34
Tabel 4.	Skala Likert	36
Tabel 5.	Kisi-kisi Instrumen	38
Tabel 6.	Pedoman Interpretasi Koefisien Reliabilitas	39
Tabel 7.	Kategori Nilai Stress	41
Tabel 8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 10.	<i>Smartphone</i> yang Paling Disukai	53
Tabel 11.	<i>Smartphone</i> yang Paling Banyak Digunakan	53
Tabel 12.	<i>Case Processing Summary</i> Atribut Produk	54
Tabel 13.	<i>Item-Total Statistics</i> Atribut Produk	55
Tabel 14.	<i>Case Processing Summary</i> Persepsi Konsumen	55
Tabel 15.	<i>Item-Total Statistics</i> Persepsi Konsumen	56
Tabel 16.	<i>Reliability Statistics</i> Atribut Produk	57
Tabel 17.	<i>Reliability Statistics</i> Persepsi Konsumen	57
Tabel 18.	Rekapitulasi Atribut Produk	63
Tabel 19.	Rekapitulasi Persepsi Konsumen	64
Tabel 20.	Tabel Kontigensi Atribut Produk	65
Tabel 21.	Tabel Kontigensi Persepsi Konsumen	65
Tabel 22.	<i>Correspondence Table</i> Atribut Produk	67
Tabel 23.	<i>Correspondence Table</i> Persepsi Konsumen	67
Tabel 24.	Hasil Interpretasi Peta Persepsi Atribut Produk	68
Tabel 25.	Hasil Interpretasi Peta Persepsi Persepsi Konsumen	70
Tabel 26.	<i>Chi-Square Tests</i> Atribut Produk	72
Tabel 27.	<i>Chi-Square Tests</i> Persepsi Konsumen	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>BAV Power Grid</i>	19
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 3. Kerangka Model Penelitian	46
Gambar 4. <i>Derived Subject Weight</i>	59
Gambar 5. <i>Scatterplot of Linear Fit</i>	60
Gambar 6. <i>Derived Stimulus Configuration</i>	61
Gambar 7. <i>Row and Column Points</i> Atribut Produk	68
Gambar 8. <i>Row and Column Points</i> Persepsi Konsumen	70

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Kuesioner 30 Responden
- Lampiran 3 Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Analisis Penskalaan Multidimensional
- Lampiran 6 Analisis Korespondensi
- Lampiran 7 Uji *Chi-Square*
- Lampiran 8 r Tabel *Product Moment*
- Lampiran 9 *Critical Value of Chi-Square*
- Lampiran 10 Surat Riset