



**ANALISIS ATRIBUT PRODUK TERHADAP *POSITIONING*
SMARTPHONE IPHONE DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

IMAM SIBAWEH

1330111053

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

2016



**ANALISIS ATRIBUT PRODUK TERHADAP *POSITIONING*
SMARTPHONE IPHONE DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

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

IMAM SIBAWEH

1330111053

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2016**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Imam Sibaweh

NIM. : 1330111053

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

Jakarta, 04 Agustus 2016

Yang Menyatakan



Imam Sibaweh

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Imam Sibaweh
NIM. : 1330111053
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
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 Atribut Produk Terhadap *Positioning Smartphone iPhone* Di Jakarta Selatan

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 : 04 Agustus 2016

Yang Menyatakan,



Imam Sibaweh

PENGESAHAN

ANALISIS ATRIBUT PRODUK TERHADAP *POSITIONING* *SMARTPHONE* IPHONE DI JAKARTA SELATAN

Dipersiapkan dan disusun oleh:

IMAM SIBAWEH
1330111053

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal : 04 Agustus 2016
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



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




Dra. Bernadin Dwi, M.M.
Penguji I

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



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP.
Penguji II (Pembimbing)



Tati Handayani, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 04 Agustus 2016



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2015/2016

Hari ini Kamis , tanggal 04 Agustus 2016, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : IMAM SIBAWEH

No.Pokok Mahasiswa : 1330111053

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

ANALISIS ATRIBUT PRODUK TERHADAP POSITIONING SMARTPHONE IPHONE DI JAKARTA SEJATAN

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yulimiar, SE, MM	Kctua	1.
2	Dra. Bernadin Dwi, MM	Anggota I	2.
3	Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M, CFMP	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Corot yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing



Jakarta, 04 Agustus 2016

Mengesahkan
F.n. DEKAN
Kaprod. Manajemen S.1

Fati Handayani, SE, MM

Analisis Atribut Produk Terhadap *Positioning Smartphone* iPhone Di Jakarta Selatan

Oleh

Imam Sibaweh

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang diajukan oleh analisa jalur pada setiap hubungan kausal antara atribut produk terhadap posisi pasar *smartphone*. Tujuan penelitian ini untuk memetakan suatu persepsi konsumen sehingga dapat diketahui kemiripan antara produk sejenis yang paling dekat. Pemetaan dilakukan, agar didapatkan *positioning* dari atribut *smartphone* yang diteliti yaitu harga, kualitas, fitur, dan desain di wilayah Jakarta Selatan. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah 100 orang. Teknik penentuan sampel menggunakan non probability sampling dengan teknik *purposive sampling*, serta menggunakan alat analisa Multidimensional Scaling (MDS) dan *Analisis Correspondency (CA)*,

Kata Kunci : Atribut Produk, Posisi Pasar (*positioning*)

Analysis of Product Attributes Against Positioning Smartphone iPhone in South Jakarta

By

Imam Sibaweh

Abstract

This study conducted to examine the contribution which filed by analysis's path on any causal relationship between attributes of product to the position of the smartphone's market. The purpose of this study to map consumer's perception that could be known resemblances between similar products are the closest. Mapping was did, to get the positioning of attributes smartphone, which studied were price, quality, features, and design in the area of South Jakarta. Sample that used in this study is 100 people. Using non probability technique of sampling with purposive sampling, and also analysis tools Multidimensional scaling (MDS) and Analisis Correspondency (CA),

Keywords: Product Attribute, Market position (positioning)

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Februari sampai dengan Juni 2016 dengan judul **“Analisis Atribut Produk Terhadap *Posistioning Smartphone iPhone Di Jakarta Selatan*”**

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi sekaligus dosen pembimbing, kepada ketua penguji Ibu Yuliniar S.E., M.M dan penguji 1 Ibu Dra. Bernadin Dwi, M.M. yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat membantu, serta Ibu Tati Handayani, SE, MM selaku Ka. Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Di samping itu, ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Mama Ipah, adeku Ghilman, kakak dan seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis dan tidak lupa ucapan terimakasih kepada Guru Reinal, yang mendukung dalam segala hal dan bimbingannya akan selalu diharapkan beserta seluruh para Guru TN.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

Jakarta, 04 Agustus 2016

Imam Sibaweh

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1 Penelitian Sebelumnya	7
II.2 Landasan Teori	12
II.2.1 Pengertian Pemasaran	12
II.2.2 Produk	12
II.2.3 Atribut Produk.....	13
II.2.3.1 Harga	14
II.2.3.2 Kualitas.....	15
II.2.3.3 Fitur	16
II.2.2.4 Desain	16
II.2.4 Persepsi.....	17
II.2.4.1 Pembentukan Persepsi.....	17
II.2.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	18
II.2.5 Posisi Pasar (<i>Positioning</i>).....	18
II.3 Kerangka Konseptual	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	20
III.1.1 Definisi Operasional.....	20
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	20
III.2 Penentuan Populasi dan Sampel	21
III.2.1 Populasi	21
III.2.2 Sampel.....	21
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	23
III.3.1 Jenis Data	23

III.3.2	Sumber Data.....	23
III.4	Teknik Analisis	25
III.4.1	Teknik Pengolahan Data	25
III.4.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	25
III.4.2	Teknik Analisis Data.....	26
III.4.2.1	Multidimensional Scaling (MDS)	27
III.4.2.2	<i>Correspondence Analysis (CA)</i>	29
III.5.	Kerangka Model Penelitian	29
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	31
IV.1	Hasil Penelitian	31
IV.1.1	Deskripsi Objek Penelitian	31
IV.2	Deskripsi Data Penelitian.....	34
IV.2.1	Deskripsi Data Responden	37
IV.3	Uji Kualitas Data	38
IV.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	38
IV.3.1.1	Uji Validitas	38
IV.3.1.2	Uji Reliabilitas	41
IV.4	Analisis Multidimensional Scaling (MDS).....	41
IV.5	<i>Correspondence Analysis (CA)</i>	46
IV.6	Pembahasan.....	56
IV.7	Keterbatasan Penelitian.....	58
BAB V	PENUTUP	59
V.1	Simpulan	59
V.2	Saran.....	61
	DAFTAR PUSTAKA	63
	RIWAYAT HIDUP	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Pemetaan Gap Research	9
Tabel 2. Instrumen Penelitian	20
Tabel 3. Skala Likert	24
Tabel 4. Kisi-kisi Instrument Uji Validitas	24
Tabel 5. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai <i>Alpha</i>	26
Tabel 6. Pedoman Nilai Stress	27
Tabel 7. Skala Likert Deskripsi Objek Penelitian	34
Tabel 8. Butir Kuesioner 1-5.....	35
Tabel 9. Butir Kuesioner 6-11.....	35
Tabel 10. Butir Kuesioner 12-16.....	36
Tabel 11. Butir Kuesioner 17-23.....	37
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 13. Karakteristik Responden Pemakai Handphone.....	38
Tabel 14. <i>Case Processing Summary Harga</i>	39
Tabel 15. <i>Case Processing Summary Kualitas</i>	39
Tabel 16. <i>Case Processing Summary Fitur</i>	40
Tabel 17. <i>Case Processing Summary Desain</i>	40
Tabel 18. Reliabilitas	41
Tabel 19. Rekapitulasi Harga	46
Tabel 22. Reliabilitas Kualitas	46
Tabel 21. Rekapitulasi Fitur	46
Tabel 22. Rekapitulasi Desain	47
Tabel 23. <i>Chi-Square</i> Harga	48
Tabel 24. Deskripsi Hasil Peta Korespondensi Harga	49
Tabel 25. <i>Chi-Square</i> Kualitas	50
Tabel 26. Deskripsi Hasil Peta Korespondensi Kualitas.....	51
Tabel 27. <i>Chi-Square</i> Fitur	52
Tabel 28. Hasil Pengujian Korespondensi Fitur	53
Tabel 29. <i>Chi-Square</i> Desain	54
Tabel 30. Hasil Pengujian Korespondensi Desain	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Kerangka Konseptual	19
Gambar 2.	Pengukuran Variabel	21
Gambar 3.	Peta Persepsi Konsumen.....	28
Gambar 4.	Kerangka Pemikiran	30
Gambar 5.	Derived Subject Weight	43
Gambar 6.	Scatterplot of Linear Fit.....	43
Gambar 7.	Derived Stimulus Configuration.....	44
Gambar 8.	Hasil Pengujian Korespondensi Harga	48
Gambar 9.	Hasil Pengujian Korespondensi Kualitas	51
Gambar 10.	Hasil Pengujian Korespondensi Fitur	53
Gambar 11.	Hasil Pengujian Korespondensi Desain	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data 30 Responden
- Lampiran 3 Data 100 Responden
- Lampiran 4 Data Deskriptif
- Lampiran 5 Hasil *Output* Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil *Output* multidimensional scaling (MDS)
- Lampiran 7 Hasil *Output* *Corespondensy Analisis* (CA)