

**- ANALISIS *POSITIONING* PRODUK HANDPHONE  
BERDASARKAN PERSPEKTIF MAHASISWA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
(Merek : Nokia, Siemens, Samsung, Sony ericson)**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh  
**SISKA WIDI RAHAYU**  
20010410021

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**  
**ANALISIS *POSITIONING* PRODUK HANDPHONE**  
**BERDASARKAN PERSPEKTIF MAHASISWA**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**  
**(Merek : Nokia, Siemens, Samsung, Sony ericson)**

Diajukan oleh:

**SISKA WIDI RAHAYU**  
20010410021

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pembimbing



Drs. Supriyadi, MM

Tanggal,

**HALAMAN PENGESAHAN**

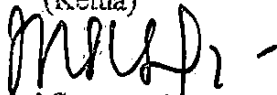
**SKRIPSI**  
**ANALISIS POSITIONING PRODUK HANDPHONE**  
**BERDASARKAN PRESPEKTIF MAHASISWA**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**  
**(Merek :Nokia, Siemens, Samsung, Sony Ericson)**

Diajukan Oleh

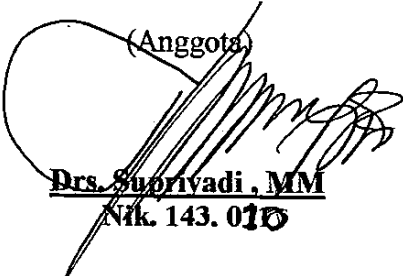
**Siska Widi Rahayu**  
2001 041 0021

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta. Tanggal 26 Juli 2005


Yang terdiri dari :  
(Ketua)

  
**Dra. Arni Surwanti M. Si**  
Nik. 143. 007

(Anggota)

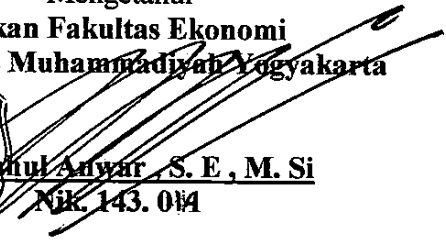
  
**Drs. Supriyadi, MM**  
Nik. 143. 010

(Anggota)

  
**Fauziah, S. E**  
Nik. 143. 057

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



  
**Miskhanul Anwar, S. E, M. Si**  
Nik. 143. 014

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wa rahmatullahi wa barakaatuh*

Segala puji dan shukur patutlah kiranya penulis panjatkan kepada Allah SWT yang kepada-Nya tempat bergantung segala sesuatu, yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, Sehingga Penulisan skripsi dengan judul : **“Analisis *Positioning* Produk Handphone Berdasarkan Perspektif Mahasiswa Unifersitas Muhammadiyah Yogyakarta (Merek :Nokia, Siemens, Samsung, Sony Ericson) dapat terselesaikan dengan baik.**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (SI) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Keberhasilan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan baik moriel maupun meteriel dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Supriyadi, M.M., selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasehat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Para Dosen yang telah memberikan pengajaran dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan kuliah

4. Kepada Nanang Suwandi selaku Kepala Bidang Penelitian dan Pengendalian, BAPEDA propinsi D.I.Y beserta stafnya yang telah memberikan izin penelitian ini.
5. Bapak dan Ibu yang telah memberikan motivasi dan dorongan serta kasih sayang kepada penulis.
6. Semua sifitas akademik UMY serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuannya kepada penulis limpahan karunianya. Amin.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran guna penyempurnaan penyempurnaan selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bari pera pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

*Wassalamu'alaikum...*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I           PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan masalah .....	4
C. Batasan Masalah .....	4
D. Tujuan penelitian .....	4
E. Manfaat penelitian .....	5
BAB II          TINJAUAN PUSTAKA .....	6
Landasan Teori .....	6
1. Strategi Pemasaran .....	6
2. Strategi STP .....	9
a. Segmantasi Pasar .....	10
b. Perilaku Konsumen (Marketing) .....	12

	c. Memposisikan Pasar ( <i>Positioning</i> ) .....	15
	3. Penetapan Posisi Pasar .....	19
BAB III	METODA PENELITIAN .....	27
	A. Subyek Penelitian .....	27
	B. Teknik Pengambilan Sampel .....	27
	C. Jenis Data .....	28
	D. Teknik Pengumpulan Data .....	28
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	29
	F. Analisis Data .....	30
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	37
	A. Gambaran Umum Produk Handphone .....	37
	B. Gambaran Umum Daerah Penelitian .....	40
	C. Diskripsi Penelitian .....	43
	D. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	46
	E. Hasil Penelitian .....	49
	F. Pembahasan .....	62
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	65
	A. Kesimpulan .....	65
	B. Saran .....	66
	C. Keterbatasan Penelitian .....	67

## DAFTAR TABEL

4.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
4.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia Responden .....	44
4.3	Karakteristik Konsumen berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	45
4.4	Validitas Kepentingan Atribut .....	46
4.5	Validitas item Atribut Setiap Handphone.....	46
4.6	Hasil Masing-Masing Uji Reliabilitas.....	47
4.7	Tanggapan Responden Terhadap Penilaian kepentingan Atribut.....	51
4.8	Tanggapan Mean Penilaian Kepentingan Responden Terhadap atribut	52
4.9	Tanggapan Responden Terhadap Handphone Nokia.....	53
4.10	Tanggapan Responden Terhadap Handphone Siemens.....	54
4.11	Tanggapan Responden Terhadap Handphone Samsung.....	55
4.12	Tanggapan Responden Terhadap Handphone Sony Ericson.....	56
4.13	Tanggapan Konsumen Terhadap Keempat Produk Handphone.....	57
4.14	Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk Handphone Nokia....	58
4.15	Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk Handphone Siemens	58
4.16	Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk Handphone Samsung	59
4.17	Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk Handphone Sony Ericson.....	59
4.18	Deskriptor Data Data Pada Masing-Masing Produk Handphone	60



## DAFTAR GAMBAR

2.1	Langkah-Langkah Dalam Segmentasi Pasar, Penargetan dan Pemosisian pasar .....	10
2.2	Proses Penentuan Posisi .....	21
3.1	Peta Analisis Kuadran .....	35
4.1	Diagram Alir Proses Penentuan Posisi .....	61