

**ANALISIS POSISI PRODUK SABUN DETERGEN
MERK RINSO, SOKLIN, ATTACK DAN DAIA
MENURUT PERSEPSI KONSUMEN DI YOGYAKARTA**



Disusun oleh:

**QOMARIAH NOOR
200010410298**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2005**

MEMORANDUM KEPADA YAKSI
DARI YAKSI
MELAKUKAN KEMERDIAAN



Disusun oleh:

YAKSI
30010410202

FAKULTAS EKONOMI

**ANALISIS POSISI PRODUK SABUN DETERGEN
MERK RINSO, SOKLIN, ATTACK DAN DAIA
MENURUT PERSEPSI KONSUMEN DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Disusun oleh:

**QOMARIAH NOOR
200010410298**

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2002

ՄԱՅՆՏԷԼԻՆԳ ՄԱՆՎԱՄԱՎԴԻԱՆ ԿՕՏԱԿՆԻԿՆԵՐ
ԵՎՈՐՈՒՄԵՆԵՐԻ ԵԿՈՆՈՄԻ

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ
ՏՐԱՆՍՊՈՐՏԻ ՎԵՐԿՆԵՐԻ ԿՕՄԻՏԵ

Օրակարգի համար:



ԿՕՄԻՏԵ

Մայրաքաղաք Երևան

Բազմ կողմից համաձայնեցված 2002 թվականի

Մայիսի 28-ի նախագահի կողմից կազմակերպված 2002 թվականի

ՏԵՄԵՐ

ՄԱՅՆՏԷԼԻՆԳ ԿՕՄԻՏԵԻ ԿՕՄԻՏԵԻ ԿՕՏԱԿՆԻԿՆԵՐ
ՄԵՐԿ ԿԱՅՈՒՆՑՈՒՄԻ ԱՆՏՐԱԿՆԵՐԻ ԵՎ
ՎԵՐԿՆԵՐԻ ԿՕՄԻՏԵԻ ԿՕՄԻՏԵԻ ԿՕՏԱԿՆԻԿՆԵՐ

SKRIPSI
ANALISIS POSISI PRODUK SABUN DETERGEN
MERK RINSO, SOKLIN, ATTACK DAN DAIA
MENURUT PERSEPSI KONSUMEN DI YOGYAKARTA

Diajukan Oleh

QOMARIAH NOOR
200010410298



Telah disetujui Dosen Pembimbing :

Pembimbing I

Dr. Sri Handayani Wahyuningsih, S.E., M.Si

Tanggal : 5 Mei 2005

SECRET
[Faint mirrored text]

[Faint mirrored text]



[Faint mirrored text]

[Faint mirrored text]

[Faint mirrored text]

[Faint mirrored text]

[Faint mirrored text]

SKRIPSI
ANALISIS POSISI PRODUK SABUN DETERGEN
MERK RINSO, SOKLIN, ATTACK DAN DAIA
MENURUT PERSEPSI KONSUMEN DI YOGYAKARTA

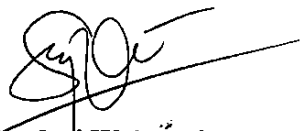
Diajukan oleh

QOMARIAH NOOR
20010140298

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disyahkan di depan
Dewan Penguji program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 28 April 2005
Yang terdiri dari



Munjiati Munawardh, S.E., M.Si.
Ketua Tim Penguji

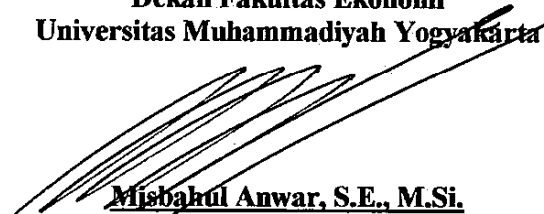


Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji



Supriyadi, S.E., M.M.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK : 143014

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi produk sabun detergen merk Rinso, Soklin, Attack dan Daia menurut persepsi konsumen di Yogyakarta dan atribut-atribut penting yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen untuk masing-masing produk sabun detergen. Subjek (sampel) dalam penelitian ini adalah masyarakat (konsumen) pengguna detergen (khususnya pengguna Rinso, Soklin, Attack dan Daia) yang berdomisili di wilayah kecamatan Wirobrajan, Yogyakarta, berjumlah 200 orang. Data diperoleh dari data primer dengan cara membagikan daftar pertanyaan untuk ditanggapi dan data pendukung melalui literatur-literatur yang mendukung teori dan informasi yang berhubungan dengan *positioning*. Analisis yang dilakukan dengan menggunakan Analisis Multi Dimension Scaling (MDS) dan Analisis Faktor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi produk detergen berbeda, atribut-atribut yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen berbeda. Produk detergen Rinso dan Soklin unggul pada atribut kemasan, daya cuci dan promosi, deterjen Attack unggul pada atribut ukuran dan harga, sedangkan produk Daia tidak mempunyai keunggulan dalam atribut kemasan, daya cuci, ukuran, promosi dan harga. Oleh karena itu produk Daia harus bekerja lebih keras agar dapat bersaing dengan produk-produk lain yang telah lama menguasai pasar, walaupun deterjen Rinso dan Soklin sama-sama mempunyai kelebihan diatas di banding Attack namun mempunyai kelemahan dalam harga dan ukuran maka deterjen Rinso dan Soklin harus terus melakukan inovasi, Sedangkan deterjen Attack yang memiliki keunggulan dalam ukuran dan harga, akan lebih baik jika terus meningkatkan inovasi agar tidak didahului oleh produsen lain. Namun untuk menutupi kelemahan dalam bidang promosi, daya cuci dan kemasan, Attack harus rela mengeluarkan biaya ekstra untuk menutupi kelemahan tersebut, terutama untuk melakukan promosi yang lebih gencar lagi.

ABSTRACT

This research aim to know the product position soap the detergent of merk Rinso, Soklin, Attack And Daia of according to consumer perception in important Yogyakarta Attribute and wanted and required to each product soap detergent. Subjek (Sample) Research is society (consumer) of detergent consumer (Special of consumer Rinso, Soklin, Attack And Daia) what living in region of sub district Wirobrajan, Yogyakarta, amounting to 200 people. Data obtained from primary data by allotting questionnaire to be answered to and supporter data of through literature supporting theory and information of which deal with positioning. Analysis conducted by using Analysis of Multi Dimension Scaling (MDS) and Analysis Factor.

Result of research show that position of detergent product differ the, attribute wanted and required by a consumer differ the. product of Detergent of pre-eminent Rinso and Soklin in at tidiness attribute, Energy clean and promotion, pre-eminent detergent Attack in attribute of size measure and price, while product Daia don't have the excellence in tidiness attribute, Energy clean the, Size measure, Promotion And Price. Therefore product Daia have to strive harder to be can vie with the other; dissimilar product is which have old master the market, although detergent of Rinso and Soklin both of the same having of above excess in comparing Attack but have the weakness in price of size measure hence detergent of Rinso and Soklin have to do the innovation, while detergent Attack owning excellence in size measure and price, will be more be good if non stop to improve the innovation in order not to be preceded by other; dissimilar producer. But to close over the weakness in the field of promotion, energy clean and tidiness, Attack have to ready to release the expense more to close over the weakness, especially to do the more promotion intensively again.

Keywords: Positioning, Attribute, Strategy Marketing.

1980

1980

1980

1980

1980

1980

1980

1980

1980

1980

1980

1980

1980

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRAC.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Pengertian <i>Positioning</i>	7
2. Pengertian Posisi Produk.....	9
3. Pengertian Persepsi.....	9
4. Strategi Penentuan Posisi Pasar.....	12
5. Karakteristik Produk yang Diinginkan Konsumen.....	15
6. Berbagai Cara <i>Positioning</i>	16
7. Proses Penentuan Posisi.....	19
	20

9. Logika Pemikiran.....	21
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Hipotesis.....	24
BAB III METODA PENELITIAN.....	25
A. Obyek & Subyek Penelitian.....	25
B. Teknik Pengumpulan Sampel.....	25
C. Jenis Data.....	26
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	26
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	27
F. Uji Kualitas Data.....	29
G. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Gambaran Umum Obyek & Subyek Penelitian.....	34
1. Analisis Deskriptif.....	35
B. Uji Validitas & Reliabilitas.....	39
1. Analisis Faktor.....	39
2. Uji Reliabilitas.....	39
C. Hasil Penelitian.....	40
1. Analisis MDS.....	40
2. Analisis Faktor.....	44
D. Pembahasan.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran.....	59
C. Keterbatasan Penelitian.....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

31	9. Logika Matematika
32	10. Pendidikan Terpadu
33	11. Bahasa
34	12. KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
35	A. Konsep & Tujuan Pendidikan
36	B. Teknik Pengumpulan Sampel
37	C. Jenis Data
38	D. Teknik Pengambilan Sampel
39	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian
40	F. Uji Reliabilitas Data
41	G. Jenis Analisis Data
42	13. KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
43	A. Deskripsi Lain dan Konsep & Tujuan Pendidikan
44	1. Analisis Deskriptif
45	2. Uji Validitas & Reliabilitas
46	3. Analisis Faktor
47	4. Uji Reliabilitas
48	5. Analisis Penelitian
49	6. Analisis ANOVA
50	7. Analisis Jalur
51	8. Regresi
52	14. KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
53	A. Kesimpulan
54	B. Saran
55	C. Rekomendasi Penelitian

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

3.1 Skala Likret Untuk Uji Produk.....	29
3.2 Uji Kepentingan Untuk Uji Atribut.....	29
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	36
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	37
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Sabun yang Sering di Pakai.....	38
4.5 Analisis Faktor.....	39
4.6 Uji Reliabilitas.....	40
4.7 <i>Stimulus Coordinets</i>	41
4.8 <i>Bartlett's Test</i>	45
4.9 <i>Anti Image Matrice</i>	45
4.10 <i>Communalities</i>	46
4.11 <i>Total Variance Explained</i>	48
4.12 <i>Component Matrix</i>	49
4.13 <i>Rotated component Matrix</i>	50
A 14 Dakanitulasi Hasil Penelitian	54

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pikir Peneliti.....	21
4.1 <i>Perpectual Maps</i>	42
4.2 Uji Keselarasan Responden Dalam Memberikan Penilaian.....	43
4.3 <i>Scree plot</i>	52
4.4 <i>Component plot in rotated space</i>	53

CONTENTS

1. Introduction 1

2. Theoretical Framework 10

3. Methodology 25

4. Results 45

5. Discussion 65