

**ANALISIS POSISI PRODUK HANDPHONE (NOKIA, SAMSUNG, SONY
ERICSSON DAN MOTOROLA) BERDASARKAN PERSEPSI
KONSUMEN STUDI KASUS PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

***PRODUCT POSITIONING ANALYST
(NOKIA, SAMSUNG, SONY ERICSSON AND MOTOROLA) BASED ON
CUSTOMER PERCEPTIONCASE STUDY: STUDENT AT
MUHAMMADIYAH UNIVERSITY YOGYAKARTA***

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

**RIYANAH
2002 041 0185**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2009**

SKRIPSI

ANALISIS POSISI PRODUK HANDPHONE

**(NOKIA, SAMSUNG, SONY ERICSSON DAN MOTOROLA) BERDASARKAN
PERSEPSI KONSUMEN STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

Diajukan Oleh

RIYANAH

20020410185

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing



Tanggal Mei 2009

SKRIPSI

**ANALISIS POSISI PRODUK HANDPHONE (NOKIA, SAMSUNG, SONY ERICSSON DAN
MOTOROLA) BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN STUDI KASUS PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

Diajukan oleh

RIYANAH

20020410185

**Skripsi Ini Telah Dipertahankan Dan Disahkan Di Depan Dewan Penguji Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

Tanggal 20 Mei 2009

Yang Terdiri Dari


Indah Fatmawati, SE., M.Si
Ketua Tim Penguji


Fajarwati, SE., M.Si
Anggota Tim Penguji


Meika Kurnia Puji RDA SE., M.Si
Anggota Tim Penguji

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Mei 2009

Penulis

(Riyanah)

HALAMAN MOTTO

“JADILAH DIRIMU SENDIRI MESKIPUN ITU BERAT”

***“MANFAATKANLAH WAKTU SEBAIK-BAIKNYA, KARENA
WAKTU TAK AKAN KEMBALI”***

“BERSIKAPLAH RENDAH HATI DALAM MENJALANI HIDUP”

***“KESEDERHANAAN ADALAH AWAL YANG BAIK UNTUK
MENJALANI KEHIDUPAN, HINGGA WAKTUNYA ENKKAU
TERSADAR BAHWA ENKKAU TELAH MELAKUKAN HAL YANG
TERBAIK DALAM SETIAP LANGKAH KEHIDUPAN DAN
ENKKAU PUN DAPAT TERSENYUM RAHAGIA ☺”***

HALAMAN PERSEMBAHAN

- *Kedua orang tua ku, Ayah (Ht. Joha) dan Ibunda (Hj. Nurhasanah) yang selalu memberikan support maksimal dari awal kuliah hingga penyelesaian Skripsi ini.*
- *Mbak ku (Mis'ana) yang juga selalu membantu baik financial ataupun moral dalam penyelesaian Skripsi ini.*
- *Keluarga besarku di Pemalang terimakasih atas Doanya*
- *Serta "Wibi" yang selalu setia membantu tenaga financial dan moral dalam*

INTISARI

Penelitian ini membahas tentang analisis posisi produk merk *hand phone* yaitu Nokia, Samsung, Sony Ericsson, dan Motorola, berdasarkan persepsi konsumen pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi berbagai produk *hand phone* yaitu Nokia, Samsung, Sony Ericsson, dan Motorola di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan untuk mengidentifikasi atribut-atribut apa saja yang diunggulkan dan dibutuhkan pelanggan untuk masing-masing produk *hand phone*. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai posisi berdasarkan persepsi konsumen terhadap produk *hand phone* seperti Nokia, Samsung, Sony Ericsson, dan Motorola, diperoleh kesimpulan bahwa *hand phone* Nokia lebih diunggulkan pada atribut fasilitas, *handphone* Sony Ericsson lebih diunggulkan pada atribut fasilitas, *hand phone* Motorola lebih diunggulkan pada atribut harga, dan Samsung berada pada peringkat terendah pada keseluruhan atribut.

Kata Kunci: analisis posisi, correspondence analysis, persepsi konsumen dan produk *hand phone*.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kesabaran, kekuatan dan tak lupa ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : ANALISIS POSISI PRODUK HANDPHONE (NOKIA, SAMSUNG, SONY ERICSSON DAN MOTOROLA) BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapat dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Tanpa bantuan dari pihak-pihak tersebut, penyusunan skripsi tidak akan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Sutrisno Wibowo SE., MM. Selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan pengarahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Lela Hindasah SE., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberi bimbingan, masukan serta dorongan untuk menyelesaikan studi ini.
3. Bapak / Ibu dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama menempuh studi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sangatlah penulis harapkan, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, Mei 2009

(Riyanah)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Posisi Produk	7

3. Perceptual Map (Peta Persepsi).....	23
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	24
C. Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Objek Penelitian.....	27
B. Jenis Data.....	27
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	27
D. Teknik Pengumpulan Data.....	28
E. Definisi Operasional Penelitian.....	28
F. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Deskripsi Responden.....	33
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan Perbulan.....	37
B. Analisis Kuantitatif.....	37
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	50
D. Pembahasan.....	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran.....	53

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1	Jumlah Sampel dan Tingkat Pengembalian Kuesioner.....34
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....35
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....36
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....37
Tabel 4.5	Data Penilaian Atribut-Atribut Produk Handphone.....38
Tabel 4.6	Data Margin Penilaian Atribut-atribut Handphone.....40
Tabel 4.7	Persentase Tiap Baris Dari Atribut Merk Produk Handphone.....42
Tabel 4.8	Persentase Tiap Kolom Dari Merk Produk Handphone.....42
Tabel 4.9	Pembentukan Dimensi.....43
Tabel 4.10	Koordinat Dari Atribut Merk Handphone Berdasarkan Baris.....44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Positioning Berdasarkan Atribut Produk	45
Gambar 4.2 Positioning Berdasarkan Produk.....	47
Gambar 4.3 Positioning Atribut Pada Produk Handphone.....	48