

**ANALISIS PETA PERSEPSI ATRIBUT PRODUK
SMARTPHONE MENURUT KONSUMEN DI KOTA
SEMARANG**

(Studi pada Merek Samsung, Blackberry, Nokia, iPhone, dan Smartfren)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata



Crisella Revina Lilia Chandra

14.D2.0006

**KELAS S1-S2 MANAJEMEN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **ANALISIS PETA PERSEPSI ATRIBUT PRODUK
SMARTPHONE MENURUT KONSUMEN DI KOTA
SEMARANG**

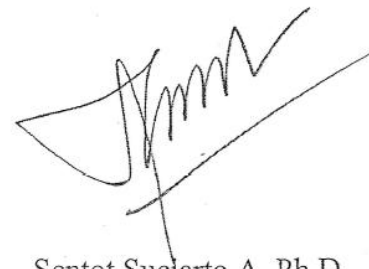
Disusun oleh:

Nama : Crisella Revina Lilia Chandra
NIM : 14.D2.0006
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata

Telah disetujui dan diterima pada

Semarang, 16 Agustus 2017

Dosen Pembimbing,



Sentot Suclarto A., Ph.D

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Crisella Revina Lilia Chandra

NIM : 14.D2.0006

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Analisis Peta Persepsi Atribut Smartphone Menurut Konsumen di Kota Semarang”. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang,

Pada tanggal : 16 Agustus 2017

Yang menyatakan



(Crisella Revina Lilia Chandra)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI DENGAN JUDUL :

**Analisis Peta Persepsi Atribut Produk Smartphone Menurut Konsumen di
Kota Semarang**

Disusun oleh :

Nama : Crisella Revina Lilia Chandra

NIM : 14.D2.0006

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada tanggal 23 Oktober 2017

Tim Penguji

Penguji 1

Penguji 2

Penguji 3

DR. MY. Dwi Hayu
Agustini, MBA.

M. Widyanto, SE.MM

Sentot Suciarto A, PH.D

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata
Sentot Suciarto A, PH.D



HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Crisella Revina Lilia Chandra

NIM : 14.D2.0006

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul “Analisis Peta Persepsi Atribut Produk Smartphone Menurut Konsumen di Kota Semarang” adalah hasil karya sendiri. Karya ini adalah milik saya, karena itu saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 16 Agustus 2017

Yang menyatakan,



Crisella Revina Lilia Chandra

14.D2.0006

HALAMAN MOTTO

“Give your best, be your best, and be the best”

“Take the first step, keep praying, fighting, and moving forward”



ABSTRAK

Judul skripsi ini adalah “Analisis Peta Persepsi Atribut Produk Smartphone Menurut Konsumen di Kota Semarang”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peta persepsi atribut produk *smartphone* Samsung, Blackberry, Nokia, iPhone, dan Smartfren menurut konsumen di Semarang.

Populasi penelitian ini adalah pengguna produk *smartphone* Samsung, Blackberry, Nokia, iPhone, dan Smartfren dengan jumlah sampel 97 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling (non-probability sampling)*. Analisis data menggunakan analisis CA (*Correspondence Analysis*) dengan perhitungan *software* SPSS 19.

Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui : (1) Samsung memiliki karakteristik yang menonjol pada atribut kualitas grafis, kualitas gambar yang ditangkap/diambil, fitur yang membantu dalam mengerjakan aktivitas keseharian konsumen, dan bentuk *smartphone* yang khas. (2) Blackberry memiliki karakteristik yang menonjol pada atribut kualitas suara, fitur yang mudah digunakan, ukuran yang nyaman digunakan, dan harga beli yang terjangkau. (3) Nokia dan Smartfren memiliki karakteristik yang menonjol pada atribut tidak sering lag, kapasitas baterai, serta harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk. (4) iPhone memiliki karakteristik yang menonjol pada atribut tidak sering crash, tidak sering hang, dan fitur khas yang tidak dimiliki oleh merek lainnya.

Kata kunci : *positioning, atribut produk, CA*

ABSTRACT

The title of this study is “Analyzing the Perceptual Map of Smartphone’s Attributes According to the Consumers in Semarang”. The purpose of this study is to know the perception map of the brand Samsung, Blackberry, Nokia, iPhone, and Smartfren smartphone’s attributes according to the consumers in Semarang.

The population in this study is the users of Samsung, Blackberry, Nokia, iPhone, and Smartfren smartphone products, with 97 samples. The sampling technique used in this study is purposive sampling (non-probability sampling) and is analyzed using CA (Correspondence Analysis) with SPSS 19 software calculation.

The result of the data analysis, can be known : (1) Samsung has a prominent characteristic in the attributes of graphic quality, the quality of images that were captured, features that help with consumers’ daily activity, and the form of a typical smartphone. (2) Blackberry has a prominent characteristic in the attributes of sound quality, convenient features, convenient size to use, and affordable purchase price. (3) Nokia and Smartfren have prominent characteristics in the attributes of non frequent lagging, battery capacity, and the prices that match the quality and benefits of the product. (4) Iphone has a prominent characteristic in the attributes of non frequent crashes, notn frequent hung, and distinctive features not shared by other brands.

Key word : positioning, atribut produk, CA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala rahmat dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**ANALISIS PETA PERSEPSI ATRIBUT PRODUK SMARTPHONE MENURUT KONSUMEN DI KOTA SEMARANG**”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Unika Soegijapranata.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Sentot Suciarto A, PH.D selaku dekan dan dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing, memberi memotivasi, memberi bantuan literatur, serta diskusi-diskusi yang dilakukan dengan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ketua program studi Manajemen atas dorongan dan dukungan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studi.
3. Bapak M. Widyanto, SE.MM dan Ibu DR. MY. Dwi Hayu Agustini, MBA. selaku dosen penguji atas nasihat dan bimbingan yang membantu penulis untuk menjadi lebih baik ke depannya.
4. Seluruh jajaran staf bagian akademik dan jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata atas bantuan dan kerjasama yang diberikan selama ini.
5. Papi, mami, dan segenap keluarga yang tidak henti-hentinya memotivasi, mendukung, dan mengingatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman Manajemen S1-S2 angkatan 2014 dan semua pihak yang telah membantu dan memberi dorongan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini.

Pelajaran dan pengalaman yang dialami penulis temukan dalam proses penyusunan skripsi hingga menuju tahap sidang akhir menjadi sesuatu yang sangat



berharga bagi penulis. Semoga semua pihak mendapatkan kebaikan dari-Nya atas bantuan yang diberikan hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terjadi kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini maka akan menjadi tanggung jawab penulis, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati.

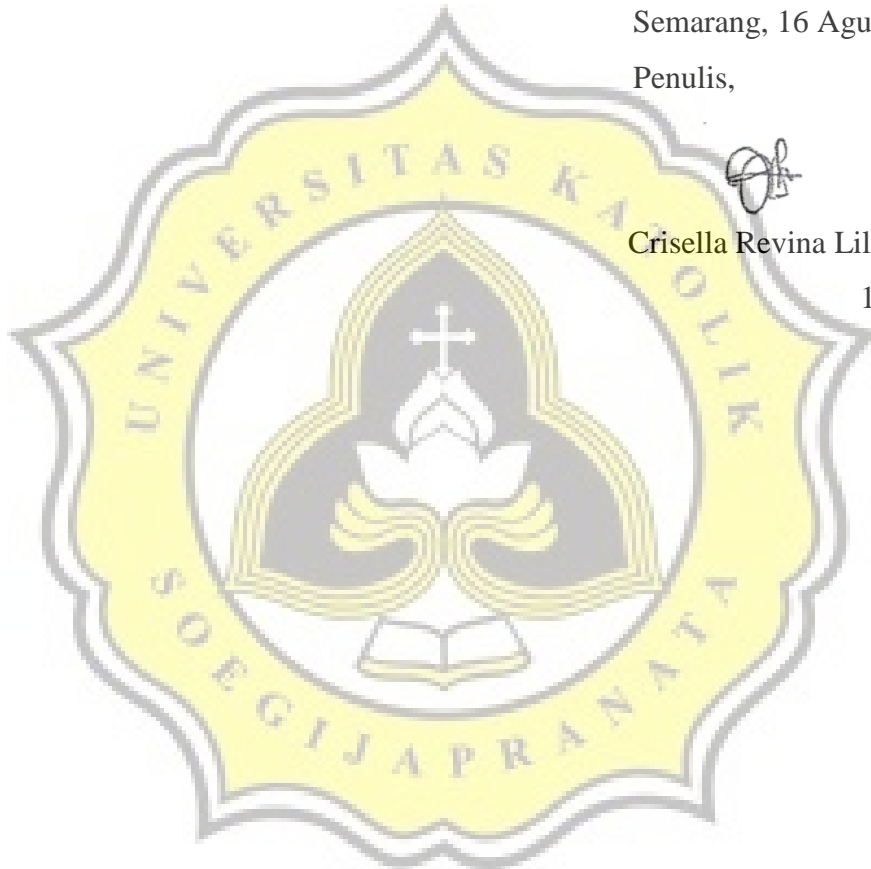
Semarang, 16 Agustus 2017

Penulis,



Crisella Revina Lilia Chandra

14.D2.0006



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	17
1.1. Latar Belakang Masalah	17
1.2. Rumusan Masalah.....	23
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	24
1.4. Sistematika Penulisan	24
BAB II LANDASAN TEORI.....	26
2.1. Pemasaran.....	26
2.2. Produk.....	27
2.3. Product Positioning.....	29

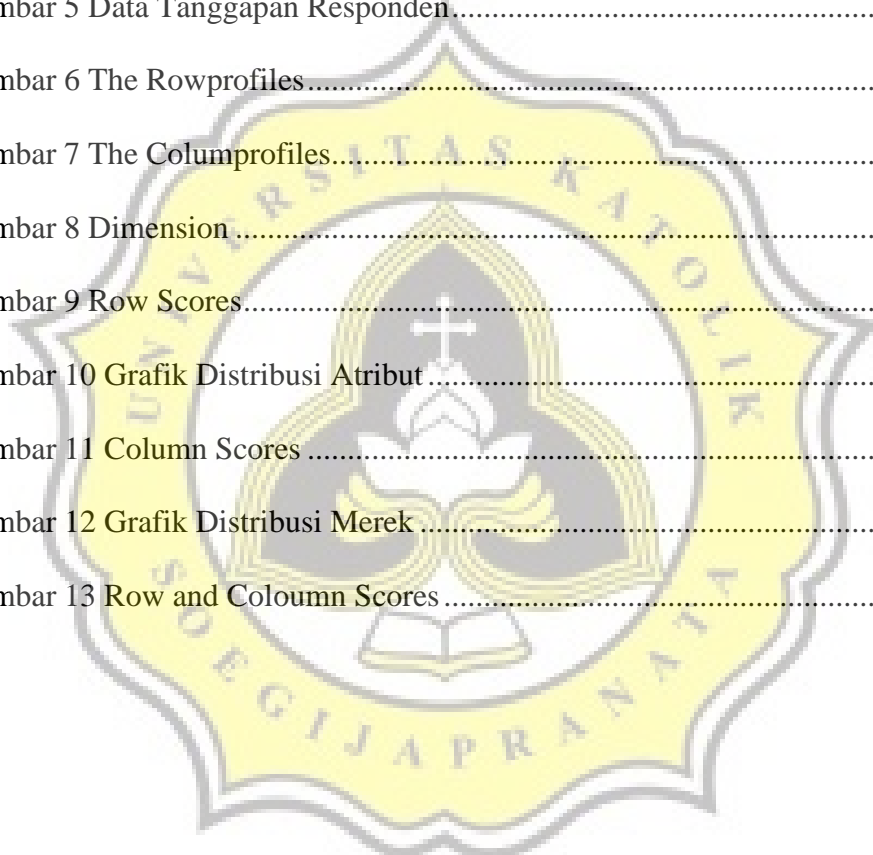
2.4. Atribut produk	32
2.5. Persepsi Konsumen.....	38
2.6. Pemetaan persepsi (<i>Perceptual Mapping</i>).....	41
2.7. Penelitian Sebelumnya.....	42
2.8. Kerangka Berpikir	46
2.9. Definisi Operasional Variabel	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	51
3.1. Obyek Penelitian dan Lokasi Penelitian	51
3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	51
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	53
3.3.1. Jenis dan Sumber Data	53
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	54
3.4. Alat Analisis Data.....	55
3.4.1. Statistik Deskriptif.....	55
3.4.2. Correspondence Analysis	56
BAB IV ANALISIS KORESPONDENSI.....	58
4.1. Karakteristik responden	58
4.2. Hasil tanggapan/jawaban responden.....	62
BAB V PENUTUP.....	97
5.1. Kesimpulan.....	97
5.2. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Top Brand Index Smartphone 2015-2016.....	21
Tabel 2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 3 Jumlah Responden Berdasarkan Merek Smartphone yang Pernah Digunakan	61
Tabel 4 Tanggapan Kualitas Grafis.....	62
Tabel 5 Tanggapan Frekuensi Crash.....	64
Tabel 6 Tanggapan Frekuensi Hang	65
Tabel 7 Tanggapan Frekuensi Lag	67
Tabel 8 Tanggapan Kapasitas Baterai.....	68
Tabel 9 Tanggapan Kualitas Gambar yang Ditangkap	70
Tabel 10 Respondem Kualitas Suara	71
Tabel 11 Tanggapan Fitur yang Mudah Digunakan	73
Tabel 12 Tanggapan Fitur yang Membantu dalam Mengerjakan Aktivitas Keseharian Konsumen	75
Tabel 13 Tanggapan Fitur Khas yang Tidak Dimiliki oleh Merek Lainnya.....	77
Tabel 14 Tanggapan Atribut Ukuran yang Nyaman DIGunakan	78
Tabel 15 Tanggapan Bentuk Smartphone yang Khas	80
Tabel 16 Tanggaan harga beli yang terjangkau	81
Tabel 17 Tanggapan Harga yang Sesuai dengan Kualitas dan Manfaat yang Dimiliki Produk.....	83
Tabel 18 Penjelasan Kuadran.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pikir.....	46
Gambar 2 Usia Responden.....	59
Gambar 3 Preferensi Merek Smartphone Berdasarkan Gender	60
Gambar 4 Alokasi Dana	62
Gambar 5 Data Tanggapan Responden.....	85
Gambar 6 The Rowprofiles.....	86
Gambar 7 The Columprofiles.....	87
Gambar 8 Dimension	88
Gambar 9 Row Scores.....	88
Gambar 10 Grafik Distribusi Atribut.....	89
Gambar 11 Column Scores	90
Gambar 12 Grafik Distribusi Merek.....	91
Gambar 13 Row and Coloumn Scores	92



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Prasurvey.....	104
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	105
Lampiran 3 Hasil Kuesioner.....	110

