

**ANALISIS POSITIONING HANDPHONE NOKIA
STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Ditulis oleh

Nama : Fajar Setiyadi
Nomor Mahasiswa : 00311364
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004**

**ANALISIS POSITIONING HANDPHONE NOKIA
STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjan Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Ditulis oleh

Nama : Fajar Setiyadi
Nomor Mahasiswa : 00311364
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

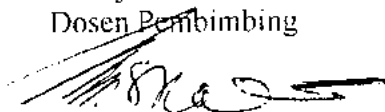
**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004**

ANALISIS POSITIONING HANDPHONE NOKIA
STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA

Nama : Fajar Setiyadi
Nomor Mahasiswa : 00311364
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 5-10-2004

Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing



Nursya'bani Purnama, Drs.,H.M.Si.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS POSITIONING HANDPHONE NOKIA
STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

**Disusun Oleh : FAJAR SETIYADI
Nomor Mahasiswa : 00311364**


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada tanggal : 2 November 2004

Penguji/Pemb. Skripsi : Drs. Nursya'bani Purnama, M.Si

Penguji : Drs. Zulian Yamit, M.Si

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Drs. Suwarsono, MA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk

- ✓ Ibu dan Bapakku
- ✓ Kakakku,dan
- ✓ Adikku

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah, serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Positioning Handphone Nokia Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta”. Yang ditempuh sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan strata-I di Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dorongan, semangat ataupun sumbangan pemikiran dari berbagai pihak yang telah sangat membantu, sehingga penulis dapat menyelesaikan semua hambatan ataupun tantangan yang terjadi selama awal penyusunan proposal hingga selesainya skripsi ini. Untuk ini dengan penuh rasa hormat dan rendah hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Drs.Suwarsono Muhammad,MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs.H.Nursya'bani Purnama,M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan petunjuknya.
3. Seluruh staf dosen dan karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
4. Ibu dan Bapak atas semua doa, pengorbanan, kesabaran, perhatian, cinta dan kasih sayangnya.

5. Kakakku Ariffudin dan adikku Marlina atas semua dukungan, perhatian, kehangatan, canda tawa kalian.
6. Orang yang pernah mengisi hari-hariku, Dewi "sentolo", Ria "aprodite", Reni, Heny, kak Fitri, terima kasih atas semua kasih sayang kalian.
7. Niza "Icha" yang selalu setia menemaniku sampai saat ini. Terima kasih atas semua dukungannya.
8. Temen-temen kostku, Lutfi, Bobo, Bayu "Sapi", Andrew, Fery, Masrun, Nispan, Arif dan Wawan, Ali behong, Ali "Tegal", Edwin, Rino. Tambah asik dan kompak terus.
9. Teman-temanku yang nakal ☺, Krisna "ciprut" dan the genk: Mustofa, Husin, Jajank, Lala, Rendra, We, Topik, dll. Kapan kalian nyusul jadi SE.
10. Teman-teman kontrakan: Kholis, Danang, Sendi, Coy, Erwin "Tambun", Bastian, Abe, Awal, dan yang lainnya.
11. Temen-temen di Bali 7: Eko "kodok", Ucup, Wira, Adam, dan yang lainnya.
12. Teman-temanku di Solo: Mas Bambang, Mas Sony, Pak Dodiek, Kukuh, Desi "Crut", terimakasih atas semua kebaikan dan nasehat kalian.
13. Teman-teman di Manajemen 2000 UII yang tidak mungkin disebut satu-satu, terima kasih atas semuanya.
14. Rekan-rekan yang mahasiswa yang telah bersedia mengisi kuesioner, terimakasih atas bantuannya.
15. Temen seperjuanganku Ika, terimakasih sudah mengantar kemana-mana.

16. AD 8057 AE yang selama ini mengantarku bolak-balik dan kesana-kemari, juga 081RISA6006 yang selalu menemaniku ber SMS, juga komputer pentium III ku yang selalu menemaniku menyelesaikan skripsi, dengerin musik dan lagu-lagu. Dan kamarku bawah yang sejuk dan wangi, terimakasih udah melindungiku dari hujan dan panas.

17. Semua pihak ataupun benda yang tidak dapat aku sebutin satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan ilmu, kemampuan biaya, dan pengalaman dalam penelitian. Untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna perbaikan dan pengembangan selanjutnya.

Akhir kata penulis berharap semoga tulisan ini bermanfaat dan memberikan tambahan ilmu bagi para pembaca. Dan semoga Allah SWT meridhoi kita semua. Amaiien.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 2004

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan Skripsi.....	i
Halaman Judul Skripsi.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Abstrak.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat penelitian.....	5
1.6 Hipotesis penelitian.....	5
1.7 Metode Penelitian.....	6

1.7.1	Metode Pengumpulan Data.....	6
1.7.2	Data Yang Diperlukan.....	6
1.7.3	Populasi dan Sampel.....	7
1.7.4	Metode Alat Analisis.....	8
BAB II LANDASAN TEORI		
2.1	Pengertian Pemasaran.....	13
2.2	Konsep Pemasaran.....	14
2.3	Manajemen Pemasaran.....	16
2.4	Perilaku Konsumen.....	16
2.5	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	17
2.5.1	Faktor-faktor Budaya.....	17
2.5.2	Faktor-faktor Sosial.....	18
2.5.3	Faktor-faktor Pribadi.....	20
2.5.4	Faktor-faktor Psikologis.....	22
2.6	Tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian.....	23
2.7	Sikap.....	27
2.8	Struktur Sikap.....	27
2.9	Pembentukan Sikap.....	28
2.10	Positioning.....	30
2.10.1	Langkah-langkah dalam Penyusunan Strategi Positioning.....	30
2.10.2	Strategi Penentuan Posisi.....	32

2.10.3 Hal-hal Yang Harus Diperhatikan Perusahaan Dalam Pencapaian Posisi Produk.....	33
2.11 Hasil Penelitian Terdahulu.....	34
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi Penelitian.....	37
3.2 Variabel Penelitian.....	37
3.3 Sumber Data.....	38
3.4 Tehnik Pengumpulan Data.....	39
3.5 Populasi dan Sampel.....	39
3.6 Metode Analisis Data.....	40
 BAB IV ANALISIS DATA	
4.1 Analisis Kuantitatif.....	46
4.2 Analisis Kualitatif.....	50
4.3 Analisis Sikap Model Fishbein.....	54
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	66
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL.

Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Kuesioner (Nokia).....	47
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Kuesioner (Siemens).....	48
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Kuesioner (Samsung).....	48
Tabel 4.4	Hasil Uji Validiyas Kuesioner (Sony Ericcson).....	49
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	50
Tabel 4.6	Usia Responden.....	51
Tabel 4.7	Jurusan Responden.....	51
Tabel 4.8	Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 4.9	Uang Sakū Responden.....	52
Tabel 4.10	Merek Handphone.....	53
Tabel 4.11	Urutan Kepentingan.....	55
Tabel 4.12	Bobot Atribut (tk).....	55
Tabel 4.13	Hasil Penilaian Responden atas Atribut Harga Produk Nokia.....	56
Tabel 4.14	Nilai Standar Rata-rata (xkj).....	57
Tabel 4.15	Indeks Sikap Konsumen (Sj).....	58
Tabel 4.16	Nilai Standar Rata-rata.....	59
Tabel 4.17	Keunggulan Masing-masing Handphone.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap-tahap Proses Pembelian.....	24
Gambar 4.1 Peta posisi Atribut Merek Handphone.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- I. Kuesioner Penelitian
- II. Skor Asli Jawaban Responden
- III. Analisis Validitas dan Reliabilitas
- IV. Hasil Analisis Nilai Standar Rata-rata dan Urutan Tingkat Kepentingan
Pada Masing-masing Atribut
- V. Hasil Analisis Indeks Sikap Konsumen
- VI. Hasil Analisis Metode Multidimensional of Preference Data