

**ANALISIS *POSITIONING SMARTPHONE* BERDASARKAN
PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK
DENGAN METODE *MULTIDIMENSIONAL SCALLING*
DI KECAMATAN SANGKAPURA BAWEAN**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

SHUHUVIM MUKARROMAH

NPM.17032010015

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2022

**ANALISIS *POSITIONING SMARTPHONE* BERDASARKAN
PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK
DENGAN METODE *MULTIDIMENSIONAL SCALLING*
DI KECAMATAN SANGKAPURA BAWEAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Program Studi Teknik Industri



Diajukan Oleh :

SHUHUVIM MUKARROMAH

NPM.17032010015

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2022

SKRIPSI

**ANALISIS POSITIONING SMARTPHONE BERDASARKAN PERSEPSI
KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK
DENGAN METODE MULTIDIMENSIONAL SCALLING
DI KECAMATAN SANGKAPURA BAWEAN**


Disusun Oleh:

SHUHUVIM MUKARROMAH
17032010015

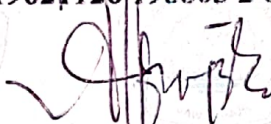
Telah dipertahankan dihadapan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 14 Juli 2022

Tim Penguji :


1.


Ir. Iriani, MMT
NIP.19621126198803 2 001

2.


Ir. Akmal Suryadi, MT
NIP. 19650112199603 1 001

3.

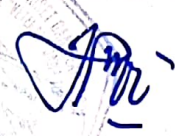

Enny Ariyani, ST., MT
NPT. 3 7009 95 0041 1

Pembimbing :

1.


Ir. Iriani, MMT
NIP.19621126 198803 2 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Surabaya


Dr. Dra. Jariyah, MP
NIP.19650403 199103 2 001



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS TEKNIK

KETERANGAN REVISI

Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Shuhuvim Mukarromah
NPM : 17032010015
Program Studi : ~~Teknik Kimia / Teknik Industri / Teknologi Pangan /
Teknik Lingkungan / Teknik Sipil~~

Telah melakukan publikasi pada Jurnal Juminten dan telah mengerjakan revisi /
~~tidak ada revisi *) PRA RENCANA (DESAIN) / SKRIPSI / TUGAS AKHIR~~
Seminar Hasil pada tanggal 13 Juni 2022

Dengan judul : **ANALISIS POSITIONING SMARTPHONE BERDASARKAN
PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK
DENGAN METODE MULTIDIMENSIONAL SCALLING DI
KECAMATAN SANGKAPURA**

Dosen yang memerintahkan revisi

1. Ir. Iriani, MMT
2. Ir. Akmal Suryadi, MT
3. Enny Ariyani, ST., MT

(
(
(

Surabaya, 19 Juli 2022

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Ir. Iriani, MMT.
NIP 19621126 198803 2 001

Catatan: *) coret yang tidak perlu



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS TEKNIK

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Shuhuvim Mukarromah
NPM : 17032010015
Program Studi : Teknik Industri
Alamat : Bengkosobung, Ds. Kotakusuma, Kec. Sangkapura, Gresik
No. HP : 081357032047
Alamat e-mail : shuhuvim@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa isi sebagian maupun keseluruhan skripsi saya dengan judul : *ANALISIS POSITIONING SMARTPHONE BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK DENGAN METODE MULTIDIMENSIONAL SCALLING DI KECAMATAN SANGKAPURA BAWEAN*

Adalah benar penelitian saya sendiri atau bukan plagiat hasil penelitian orang lain, diselesaikan tanpa menggunakan bahan-bahan yang tidak diijinkan dan saya ajukan sebagai persyaratan kelulusan program sarjana Teknik Industri Fakultas Teknik UPN "Veteran" Jawa Timur. Apabila ternyata pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 19 Juli 2022

Mengetahui,

Koorprogdi Teknik Industri

Dr. Dira Ernawati, ST., MT
NPT. 37806 0402 001

Yang Membuat Pernyataan



Shuhuvim Mukarromah
NPM. 17032010015

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“ANALISIS *POSITIONING SMARTPHONE* BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK DENGAN METODE *MULTIDIMENSIONAL SCALING* DI KECAMATAN SANGKAPURA BAWEAN”**.

Tujuan dari penyusunan Skripsi ini guna memenuhi syarat kurikulum tingkat sarjana (S1) pada program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Adapun kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini, penulis harapkan adanya kritik dan saran yang membangun untuk membenahinya.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis mendapatkan banyak sekali bimbingan dan juga bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. Selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Jariyah, MP. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dira Ernawati, ST. MT. selaku Koordinator Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Ir. Iriani, MMT, selaku dosen pembimbing Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Bapak penguji yang membantu dalam pembenahan laporan skripsi saya ini serta bantuan-bantuan lainnya.
6. Semua dosen yang pernah mengajar dan membimbing saya dan juga staff UPN yang membantu saya dalam proses pencapaian Skripsi ini.
7. Untuk Kedua Orang Tua saya dan kakak saya yang selalu mendoakan dan telah mendukung kuliah saya hingga saya mencapai gelar sarjana.
8. Semua keluarga saya yang sudah mendoakan saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman WWS saya (Diny, Izza, Anisa, Avi, Indah, kak dini, Eva) yang selalu mendukung dan memotivasi saya dalam proses pengerjaan skripsi ini.
10. Teman-teman nongkrong saya Aldi, Abi, Bella, Surina yang selalu menemani saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Orang-orang terdekat saya yang selalu meberikan doa dan tenaganya dalam membantu saya mengerjakan skripsi ini sehingga saya berhasil sampai pada titik ini.
12. Semua pihak yang turut berperan dalam proes pengerjaan skripsi ini hingga selesai yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.
13. Last but not lest, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.

Penulis menyadari bahwa Skripsi masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat tmembangun guna

memperbaiki di masa yang akan datang. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat sekaligus dapat menambah wawasan serta berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 14 Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Asumsi-Asumsi.....	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Pemasaran.....	7
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	7
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	9
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	11
2.2 Strategi	
Pemasaran.....	12

2.3	Segmentasi Pasar.....	13
2.4.	Merek.....	14
2.4.1	Pengertian Merek.....	14
2.4.2	Jenis Merek.....	15
2.5	Iklan.....	17
2.6	Perilaku Konsumen.....	19
2.7	Persepsi.....	23
2.8	<i>Positioning</i>	24
2.9	Metode Sampling.....	26
2.10	Uji Kecukupan Data.....	27
2.11	Uji Validitas.....	28
2.12	Uji Reliabilitas.....	30
2.13	<i>Multidimensional Scalling</i> (MDS).....	31
2.13.1	Pengertian <i>Multidimensional Scalling</i> (MDS).....	31
2.13.2	Jenis-Jenis <i>Multidimensional Scalling</i> (MDS).....	34
2.1	Penelitian Terdahulu.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		37
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.2	Identifikasi Variabel.....	37
3.3	Langkah-langkah Pemecahan Masalah.....	39
3.4	Langkah-langkah Kerja <i>Multidimensional Scalling</i>	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		46
4.1	Pengumpulan Data.....	46

4.2	Uji Kecukupan Data.....	46
4.3	Uji Validitas.....	47
4.4	Uji Reliabilitas.....	48
4.5	Analisis <i>Multidimensional Scalling</i> (MDS).....	49
4.6	Hasil dan Pembahasan.....	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Merek dan Tipe <i>Smartphone</i>	2
Tabel 3.1 Identifikasi Variabel.....	38
Tabel 4.1 Uji Validitas.....	48
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.3 Rekapitulasi data <i>similarity</i>	50
Tabel 4.4 Jarak kemiripan atau nilai matriks D.....	55
Tabel 4.5 Koordinat 4 <i>Smartphone</i> dengan Atribut Harga.....	57
Tabel 4.6 Koordinat 4 <i>Smartphone</i> dengan Atribut Spesifikasi.....	61
Tabel 4.7 Koordinat 4 <i>Smartphone</i> dengan Atribut Desain.....	65
Tabel 4.8 Koordinat 4 <i>Smartphone</i> dengan Atribut Iklan.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kelas Sosial di Amerika.....	21
Gambar 3.1 Langkah-langkah pemecahan masalah.....	39
Gambar 4.1 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Harga.....	58
Gambar 4.2 Peta Kesamaan Sikap Atribut Harga.....	58
Gambar 4.3 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Spesifikasi.....	61
Gambar 4.4 Peta Kesamaan Sikap Atribut Spesifikasi.....	62
Gambar 4.5 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Desain.....	65
Gambar 4.6 Peta Kesamaan Sikap Atribut Desain.....	66
Gambar 4.7 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Iklan.....	69
Gambar 4.8 Peta Kesamaan Sikap Atribut Iklan.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form kuesioner

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Rekapitulasi Hasil Kuesioner

Lampiran 4 Rekapitulasi *Similarity smartphone*

Lampiran 5 Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 6 Stimulus Koordinat

Lampiran 7 Peta Posisi dan Kesamaan Sikap

Lampiran 8 Perhitungan Manual

Lampiran 9 Tabel R

ABSTRAK

Bawean merupakan daerah kepulauan yang dalam peta Indonesia hampir tidak terlihat. Bagi masyarakat Bawean khususnya kecamatan Sangkapura, *smartphone* merupakan alat komunikasi yang sangat dibutuhkan pada masa pandemi seperti ini, karena dengan adanya *smartphone* memberikan kemudahan dalam menunjang kelancaran semua aktifitasnya yang secara keseluruhan sudah menggunakan sistem *online*. Dengan banyaknya merek *smartphone* yang beredar dipasaran serta kurangnya pengetahuan mengenai posisi *smartphone*, membuat masyarakat Bawean kesulitan dalam memilih *smartphone* yang sesuai dengan kebutuhannya. Oleh karena itu masyarakat bawean ingin mengetahui posisi beberapa merek *smartphone* untuk mempermudah dalam memilih *smartphone*. Objek yang diteliti yaitu *smartphone* dengan merek Vivo, Oppo, Samsung dan Xiaomi. Dalam penelitian ini data didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Sampel yang dibutuhkan adalah 100 responden. Dengan menggunakan *software* SPSS 22 *Statistic Version* data kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode *Multidimensional Scaling*. Hasil dari penelitian ialah *smartphone* Vivo berada diposisi pertama dalam atribut harga, spesifikasi, dan desain, sedangkan pada atribut iklan *smartphone* Samsung berada pada posisi pertama. Dapat disimpulkan bahwa *smartphone* yang menempati posisi pertama secara keseluruhan atribut menurut persepsi konsumen adalah Vivo.

Kata Kunci: Multidimensional Scaling, Positioning, Persepsi

ABSTRACT

Bawean is an archipelago that is almost invisible on the map of Indonesia. For the Bawean community, especially the Sangkapura sub-district, smartphones are a communication tool that is very much needed during a pandemic like this, because having a smartphone makes it easy to support the smooth running of all their activities, which as a whole are already using the online system. With so many smartphone brands circulating in the market and lack of knowledge about the position of smartphones, Bawean people find it difficult to choose a smartphone that suits their needs. Therefore, the Bawean community wants to know the position of several smartphone brands to make it easier to choose a smartphone. The objects studied were some kinds of the brands such as Vivo, Oppo, Samsung and Xiaomi. In this study the data obtained from questionnaires. The sample required is 100 respondents. By using SPSS 22 Statistical Version software, the data is then processed and analyzed using the Multidimensional Scaling method. The result of the research is that Vivo smartphones are in the first position in the price, specifications, and design attributes, while the Samsung smartphone advertising attributes are in the first position. It can be concluded that the smartphone that occupies the first position in overall attributes according to consumer perception is Vivo.

Keywords: *Multidimensional Scaling, Positioning, Perception*