

ABSTRAK

Elisabet dan Fanny

Skripsi

Identifikasi Persepsi Konsumen Berdasarkan Demografi dan Teknografi, Serta *Positioning* Produk Berdasarkan Atribut-Atribut Produk (Studi Kasus Produk Televisi Polytron *Hi-End* Untuk Tipe *Flat VCD*, *Flat Non VCD* dan Biasa VCD di Surabaya)

Produk-produk Polytron dikenal masyarakat sebagai produk yang kualitasnya kurang baik dan ditujukan untuk segmen menengah bawah. Tetapi dalam perkembangannya Polytron kini tidak hanya membidik kalangan menengah ke bawah, melainkan produknya lebih bervariasi ke atas. Cara yang dilakukan Polytron adalah dengan memproduksi varian produk *hi-end*, misalnya di segmen televisi, Polytron aktif memproduksi televisi layar datar yang dilengkapi dengan VCD.

Skripsi ini berisi penelitian atas persepsi konsumen terhadap produk televisi Polytron *hi-end* untuk tipe *Flat VCD*, *Flat Non VCD* dan Biasa VCD berdasarkan demografi dan teknografi, serta *positioning* produk berdasarkan atribut-atribut produk. Dalam skripsi ini konsumennya adalah individu yang berada di Surabaya yang representatif dan menggunakan salah satu dari ketiga tipe produk televisi Polytron *hi-end*. Hasil akhir dari penulisan ini adalah atribut yang paling dominan dalam membedakan *Flat VCD*, *Flat Non VCD* dan Biasa VCD adalah model TV.

Kata kunci : Persepsi Konsumen, Variabel Demografi dan Teknografi, *Positioning* Produk , Atribut-Atribut Produk

ABSTRACT

Elisabet And Fanny

Thesis

The Identification of Consumer Perception Based on Demography and Technography, The Also Product Positioning Based on Product Attributes (Case Study of Polytron Television hi-end Product For Flat VCD, Non Flat VCD And Original VCD).

Polytron products are recognized by the society as products which quality is good enough and segmented for lower middle class. But in its growth, Polytron nowadays does not only segment for middle low, but also for upper middle class. That's why Polytron produces hi-end product variant, like for television, there is Polytron actively produces flat TV with VCD.

This Thesis is about a research on the consumer perception of Polytron hi-end television product for type especially Flat VCD, Non Flat VCD and Original VCD based on demography and technography, and also product positioning based on product attributes. Thesis the consumer in this research are people who lives Surabaya. Representatively people who live in Surabaya and use one of the third Polytron hi-end television product type. Final conclusion of this thesis is, that the most dominant attributes in differentiating Flat VCD, Non Flat VCD and Original VCD is TV model

Keywords : Consumer Perception, Demography and Technography Variable, Product Positioning., Product Attributes.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PENGALIHAN HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	1
1.3. Pembatasan Masalah.....	2
1.4. Tujuan Penelitian.....	2
1.5. Manfaat Penelitian.....	2
2. LANDASAN TEORI.....	3
2.1. Pengertian Produk.....	3
2.1.1. Konsep Produk.....	4
2.1.2. Pengertian Tingkat Produk.....	4
2.1.3. Klasifikasi Barang Konsumen.....	5
2.2. Atribut Produk.....	6
2.2.1. Mutu Produk.....	7
2.2.2. Ciri Produk.....	8
2.2.3. Rancangan Produk.....	9
2.2.4. Merek.....	9
2.3. Modifikasi Atribut Produk.....	9
2.4. Segmentasi.....	11
2.4.1. Segmentasi Demografis.....	11
2.4.2. Segmentasi Teknografis.....	12
2.5. Targeting.....	15

2.5.1. Jenis-Jenis Pasar Sasaran.....	15
2.5.2. Mengevaluasi Segmen Pasar.....	16
2.5.3. Memilih Segmen Pasar.....	16
2.6. <i>Positioning</i>	17
2.6.1. Pengertian <i>Positioning</i>	17
2.6.2. Berbagai Cara <i>Positioning</i>	19
2.6.3. Kesalahan-Kesalahan Dalam <i>Positioning</i>	19
2.7. Hubungan Antar Konsep.....	20
2.8. Kerangka Pemikiran.....	22
3. METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi.....	23
3.2. Teknik dan Penarikan Sampel.....	23
3.3. Metode Pengambilan Sampel.....	23
3.4. Batasan Operasional Penelitian.....	24
3.4.1. Segmentasi Demografis.....	24
3.4.2. Segmentasi Teknografis.....	24
3.4.3. Tipe Produk Televisi Polytron <i>Hi-End</i>	25
3.4.4. Atribut Produk.....	25
3.5. Tinjauan Statistika.....	25
3.5.1. Analisis Faktor.....	25
3.5.2. Analisis Multidimensional Scaling (MDS).....	26
3.6. Prosedur Pengumpulan dan Pegolahan Data.....	27
3.6.1. Studi Kepustakaan.....	27
3.6.2. Penelitian di Lapangan.....	27
3.7. Alat Uji Statistika.....	28
3.7.1. Uji Validitas.....	28
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	28
3.8. Teknik Analisis Data.....	29
4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1. Profil Perusahaan.....	30
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	31
4.2.1. <i>Flat VCD</i> dengan <i>Flat Non VCD</i>	31
4.2.2. <i>Flat VCD</i> dengan Biasa <i>VCD</i>	32
4.2.3. <i>Flat Non VCD</i> dengan Biasa <i>VCD</i>	34
4.3. Analisis Deskriptif.....	36
4.3.1. Variabel Demografi.....	36
4.3.2. Variabel Teknografi.....	39
4.3.3. Karakteristik <i>Flat VCD</i> dan <i>Flat Non VCD</i>	39
4.3.4. Karakteristik <i>Flat VCD</i> dan Biasa <i>VCD</i>	40
4.3.5. Karakteristik <i>Flat Non VCD</i> dan Biasa <i>VCD</i>	41
4.4. Analisis Faktor Untuk Pegawai Swasta.....	42
4.4.1. Pada <i>Flat VCD</i> dan <i>Flat Non VCD</i>	42
4.4.2. Pada <i>Flat VCD</i> dan Biasa <i>VCD</i>	44

4.4.3. Pada <i>Flat Non VCD</i> dan Biasa VCD.....	45
4.5. Analisis Faktor Untuk Pendapatan Lebih Dari Dua Juta.....	46
4.5.1. Pada <i>Flat VCD</i> dan <i>Flat Non VCD</i>	46
4.5.2. Pada <i>Flat VCD</i> dan Biasa VCD.....	46
4.5.3. Pada <i>Flat Non VCD</i> dan Biasa VCD.....	47
4.6. Analisis Faktor Untuk Pendidikan SMU.....	48
4.6.1. Pada <i>Flat VCD</i> dan <i>Flat Non VCD</i>	48
4.6.2. Pada <i>Flat VCD</i> dan Biasa VCD.....	48
4.6.3. Pada <i>Flat Non VCD</i> dan Biasa VCD.....	8
4.7. Analisis Faktor Untuk Tipe Rumah 48.....	49
4.7.1. Pada <i>Flat VCD</i> dan <i>Flat Non VCD</i>	49
4.7.2. Pada <i>Flat VCD</i> dan Biasa VCD.....	49
4.7.3. Pada <i>Flat Non VCD</i> dan Biasa VCD.....	50
4.8. Analisis Faktor Untuk Ingin Selalu Tampil Beda.....	50
4.8.1. Pada <i>Flat VCD</i> dan <i>Flat Non VCD</i>	50
4.8.2. Pada <i>Flat VCD</i> dan Biasa VCD.....	51
4.8.3. Pada <i>Flat Non VCD</i> dan Biasa VCD.....	51
4.9. Ringkasan Analisis Faktor Untuk Pegawai Swasta, Pendapatan Lebih Dari Dua Juta, Pendidikan SMU, Tipe Rumah 48 dan Ingin Selalu Tampil Beda.....	52
4.10. Analisis <i>Positioning</i> Pada Produk Televisi Polytron <i>Hi-End</i>	56
4.10.1. Analisis MDS pada <i>Flat VCD</i> vs <i>Flat Non VCD</i>	56
4.10.2. Analisis MDS pada <i>Flat VCD</i> vs Biasa VCD.....	58
4.10.3. Analisis MDS pada <i>Flat Non VCD</i> dan Biasa VCD.....	60
4.11. Analisis Posisi Produk Polytron <i>hi-end</i> tipe <i>Flat VCD</i> , <i>Flat Non VCD</i> dan Biasa VCD.....	62
5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1. Kesimpulan.....	66
5.2. Saran.....	67
DAFTAR REFERENSI.....	68
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

2.1. Dua Belas Segmen Teknografi.....	13
3.1. Tabel STRESS.....	26
4.1. Uji Validitas Pada Produk TV Polytron Atribut <i>Flat VCD</i> vs <i>Flat NonVCD</i> Dengan Skor Total.....	31
4.2. Uji Reliabilitas <i>Flat VCD</i> vs <i>Flat Non VCD</i>	32
4.3. Uji Validitas Pada Produk TV Polytron Atribut <i>Flat VCD</i> vs Biasa VCD Dengan Skor Total.....	33
4.4. Uji Reliabilitas <i>Flat VCD</i> vs Biasa VCD.....	34
4.5. Uji Validitas Pada Produk TV Polytron Atribut <i>Flat Non VCD</i> vs Biasa VCD Dengan Skor Total.....	35
4.6. Uji Reliabilitas <i>Flat Non VCD</i> vs Biasa VCD.....	36
4.7. Pekerjaan Responden.....	37
4.8. Pendapatan Perbulan Responden.....	37
4.9. Pendidikan Responden.....	38
4.10. Tipe Rumah Tinggal Responden.....	38
4.11. Orientasi Memilih Produk.....	39
4.12. Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden di Surabaya Terhadap Produk TV Polytron <i>Flat VCD</i> dengan <i>Flat Non VCD</i>	40
4.13. Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden di Surabaya Terhadap Produk TV Polytron <i>Flat VCD</i> dengan Biasa VCD.....	41
4.14. Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden di Surabaya Terhadap Produk TV Polytron <i>Flat Non VCD</i> dengan Biasa VCD.....	42
4.15. Akar Karakteristik dan Komunaliti.....	43
4.16. Perbandingan Tipe Produk Berdasarkan Variabel Demografi dan Teknografi.....	52

4.17. Peta Posisi Tipe Produk.....62

DAFTAR GAMBAR

2.1. Tiga Tingkat Produk.....	5
2.2. Identifikasi Persepsi Konsumen Berdasarkan Demografi dan Teknografi, Serta <i>Positioning</i> Produk Berdasarkan Atribut-Atribut Produk (Studi Kasus Produk Televisi Polytron <i>Hi-End</i> Untuk Tipe <i>Flat VCD</i> , <i>Flat Non VCD</i> dan Biasa VCD di Surabaya).....	22
4.1. Plot <i>Positioning Flat VCD</i> vs <i>Flat Non VCD</i>	57
4.2. Plot <i>Positioning Flat VCD</i> vs Biasa VCD.....	59
4.3. Plot <i>Positioning Flat Non VCD</i> vs Biasa VCD.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	69
Lampiran 2. Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Flat VCD vs Flat Non VCD</i>	72
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Flat VCD vs Biasa VCD</i>	73
Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Flat Non VCD vs Biasa VCD</i>	74
Lampiran 5. Distribusi Frekuensi Atribut Penelitian.....	75
Lampiran 6. Analisa Faktor Pada <i>Flat VCD dan Flat Non VCD</i> Untuk Pegawai Swasta.....	82
Lampiran 7. Analisa Faktor Pada <i>Flat VCD dan Biasa VCD</i> Untuk Pegawai Swasta.....	85
Lampiran 8. Analisa Faktor Pada <i>Flat Non VCD dan Biasa VCD</i> Untuk Pegawai Swasta.....	88
Lampiran 9. Analisa Faktor Pada <i>Flat VCD dan Flat Non VCD</i> Untuk Pendapatan Lebih Dari Dua Juta.....	91
Lampiran 10. Analisa Faktor Pada <i>Flat VCD dan Biasa VCD</i> Untuk Pendapatan Lebih Dari Dua Juta.....	92
Lampiran 11. Analisa Faktor Pada <i>Flat Non VCD dan Biasa VCD</i> Untuk Pendapatan Lebih Dari Dua Juta.....	95
Lampiran 12. Analisa Faktor Pada <i>Flat VCD dan Flat Non VCD</i> Untuk Pendidikan SMU.....	98
Lampiran 13. Analisa Faktor Pada <i>Flat VCD dan Biasa VCD</i> Untuk Pendidikan SMU.....	99
Lampiran 14. Analisa Faktor Pada <i>Flat Non VCD dan Biasa VCD</i> Untuk Pendidikan SMU.....	102
Lampiran 15. Analisa Faktor Pada <i>Flat VCD dan Flat Non VCD</i> Untuk Tipe Rumah 48.....	105
Lampiran 16. Analisa Faktor Pada <i>Flat VCD dan Biasa VCD</i> Untuk Tipe Rumah 48.....	106

Lampiran 17. Analisa Faktor Pada <i>Flat Non VCD</i> dan Biasa VCD Untuk Tipe Rumah 48.....	109
Lampiran 18. Analisa Faktor Pada <i>Flat VCD</i> dan <i>Flat Non VCD</i> Untuk Orientasi Ingin Selalu Tampil Beda.....	112
Lampiran 19. Analisa Faktor Pada <i>Flat VCD</i> dan Biasa VCD Untuk Orientasi Ingin Selalu Tampil Beda.....	113
Lampiran 20. Analisa Faktor Pada <i>Flat Non VCD</i> dan Biasa VCD Untuk Orientasi Ingin Selalu Tampil Beda.....	116
Lampiran 21. Analisa MDS <i>Flat VCD</i> vs <i>Flat Non VCD</i>	119
Lampiran 22. Analisa MDS <i>Flat VCD</i> vs Biasa VCD.....	122
Lampiran 23. Analisa MDS <i>Flat Non VCD</i> vs Biasa VCD.....	125
Lampiran 24. Rekapitulasi Data Penelitian	
Lampiran 25. Surat Survey Perusahaan	