

PENGARUH DIFERENSIASI TERHADAP *POSITIONING* PRODUK

YONGKI KOMALADI DI RAMAYANA DEPARTMENT STORE

GRESIK

SKRIPSI



Oleh :

YUSUF ANDRIANSYAH

NPM: 07.312.025

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
Agustus 2011**

PENGARUH DIFERENSIASI TERHADAP *POSITIONING* PRODUK YONGKI
KOMALADI DI RAMAYANA DEPARTMENT STORE GRESIK

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar sarjana ekonomi

Oleh :

YUSUF ANDRIANSYAH
NPM: 07.312.025

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
Agustus 2011

SKRIPSI

PENGARUH DIFERENSIASI TERHADAP *POSITIONING* PRODUK YONGKI
KOMALADI DI RAMAYANA DEPARTMENT STORE GRESIK

Oleh :

YUSUF ANDRIANSYAH
NPM: 07.312.025

Telah dipertahankan di depan penguji
pada tanggal: 2011

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Dr. Nur Laily, M. SI

Drs. Ec. Budiono Prestyadi, MM

Penguji

R. Agus Santoso, S.E.,MM

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Manajemen

Tri Ari Prabowo SE., M.Si

Sukaris SE.,M.SM.

PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh Diferensiasi Terhadap *Positioning* Produk Yongki Komaladii Di Ramayana Department Store Gresik

Dan diajukan untuk diuji pada tanggal 8 September 2011, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberi pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan universitas batal saya terima.

Gresik, 8 September 2011
Yang Membuat Pernyataan

(Yusuf Andriansyah)

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji syukur kehadiran ALLAH SWT yang telah memberikan Limpahan, Rahmat, Hidayah dan Inayah-NYA sehingga, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Diferensiasi Terhadap *Positioning* Produk Yongki Komaladii Di Ramayana Department Store Gresik “

Adapun maksud dan tujuan penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan dalam menempuh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik.

Dalam melakukan penyusunan dan penulisan skripsi ini penulis menyadari walaupun jauh dari kesempurnaan serta masih terdapat kekurangan, hal tersebut disebabkan mengingat pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis masih terbatas dalam hal memecahkan suatu permasalahan yang ada dengan baik dan sempurna. Saran dan kritik yang bersifat membangun untuk perbaikan skripsi ini dapat diterima dan berguna serta bermanfaat bagi perusahaan, pembaca maupun penulis.

Penulisan ini tidak akan berjalan lancar tanpa pihak-pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan bimbingan. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Drs. Sarwo Edi M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.

2. Tri Ari Prabowo SE.,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Sukaris SE.,MSM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Dr. Nur Laily, M. SI selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan petunjuk dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
5. Drs. Ec. Budiono Prestyadi, MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan petunjuk dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh staf dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama peneliti menuntut ilmu.
7. Manajemen Outlet Yongki Komaladi di Ramayana Department Store Gresik dan para Sales Promotion Girl outlet Yongki Komaladi yang telah membantu memberikan data-data dan informasi yang diperlukan untuk terselesaikannya penulisan skripsi ini.
8. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan dorongan baik moral maupun material dalam terselesaikannya penulisan skripsi ini.
9. Teman seangkatan dan teman seperjuangan penulis dalam penulisan skripsi ini yang telah memberikan bantuan, perhatian dan masukan hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis sampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya atas segala perkataan maupun sikap yang kurang menunjukkan rasa terima kasih dan penghargaan yang selayaknya diberikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari ALLAH SWT. Amin.

Gresik, Agustus 2011

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAKSI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Pemasaran	11
2.2.2. Konsep Pemasaran.....	12
2.2.3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	12
2.2.4. Diferensiasi	16
2.2.5. Diferensiasi Produk	17
2.2.6. Diferensiasi Pelayanan.....	20
2.2.7. Diferensiasi Personalia (kompetensi)	22
2.2.8. <i>Positioning</i>	23
2.2.9. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi <i>Positioning</i>	28
2.3. Kerangka Berpikir.....	30
2.4. Hipotesis.....	30
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	32
3.2. Lokasi Penelitian.....	32
3.3. Populasi Dan Sampel	32
3.3.1. Populasi.....	32
3.3.2. Sampel	33
3.4. Definisi Operasional Variabel	34

3.5.	Pengukuran Variabel.....	35
3.6.	Jenis Dan Sumber Data	36
3.7.	Teknik Pengambilan Data	37
3.8.	Pengujian Instrumen Penelitian	37
3.9.	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.9.1.	Uji Multikolinearitas.....	38
3.9.2.	Uji Heteroskedastisitas	39
3.9.3.	Uji Autokorelasi	40
3.9.4.	Uji Normalitas	41
3.10.	Tekhnik Analisis Data.....	41
3.10.1.	Uji Hipotesis.....	42
BAB IV :	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	45
4.2.	Karakteristik Responden	46
4.3.	Tanggapan Responden	48
4.4.	Pengujian Instumen Penelitian	51
4.5.	Uji Asumsi Klasik.....	53
4.6.	Teknis Regresi Berganda.....	57
4.7.	Uji Hipotesis	59
4.7.1.	Uji Parsial (t).....	59
4.7.2.	Uji Simultan (F).....	62
4.8.	Inteprestasi Hasil.....	63
BAB V :	SIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1.	Simpulan.....	65
5.2.	Rekomendasi	66
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Total Penjualan Sepatu dan Sandal tiap pcs Tahun 2010.....	5
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.3 Karakteristi Responden Berdasarkan Pendapatan	47
Tabel 4.4 Tanggapan dan Penilaian Responden tentang Produk	48
Tabel 4.5 Tanggapan dan Penilaian Responden tentang Pelayanan.....	49
Tabel 4.6 Tanggapan dan Penilaian Responden tentang Personalia	50
Tabel 4.7 Tanggapan dan Penilaian Responden terhadap Positioning Produk.....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	52
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas.....	54
Tabel 4.11 Uji Heterokedastistas.....	55
Tabel 4.12 Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.13 Uji Analisis Regresi Berganda.....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir	30
Gambar 3.1. Uji t Test Dua Sampel	43
Gambar 3.2. Uji F.....	44
Gambar 4.1 Pengujian Durbin Watson.....	56
Gambar 4.2 Hasil Uji t (Variabel Produk).....	60
Gambar 4.3 Hasil Uji t (Variabel Pelayanan)	61
Gambar 4.4 Hasil Uji t (Variabel Personalia).....	61
Gambar 4.5 Hasil Uji F	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2	Hasil Kuisisioner Penelitian
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4	Uji Heterokedastisitas dan Uji Normalitas
Lampiran 5	Uji Hipotesis (Analisis Regresi Berganda)
Lampiran 6	Distribusi t-Student
Lampiran 7	Nilai kritis Distribusi F
Lampiran 8	Tabel Durbin-Watson

Yusuf Andriansyah, 07312025, **Pengaruh Diferensiasi Terhadap *Positioning* Produk Yongki Komaladi Di Ramayana Department Store Gresik**, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Mei, 2011

Abstraksi

Pada dasarnya *positioning* merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Tindakan untuk meneliti atau mengidentifikasi posisi pesaing dan memutuskan untuk mengambil posisi setara dengan posisi pesaing atau mencari kesempatan dalam pasar. Jika posisi perusahaan itu sendiri dekat dengan pesaing lainnya, perusahaan itu harus menyeleksi dan kemudian mencari perbedaan lebih lanjut melalui perbedaan-perbedaan tersendiri.

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh produk, pelayanan, dan personalia terhadap *positioning* produk Yongki komaladi di Ramayana Department Store Gresik. Penggunaan variabel-variabel tersebut berdasarkan teori yang dikemukakan Kotler (2005), Penggunaan variabel-variabel tersebut diharapkan dapat memecahkan permasalahan yang terjadi pada Produk Yongki Komaladi di Ramayana Department Store Gresik. Responden penelitian ini adalah masyarakat yang ada di Kota Gresik yang sedang memakai maupun yang dimungkinkan sebagai konsumen Yongki Komaladi sejumlah 100 orang.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisa regresi linier berganda, dengan menggunakan bantuan program SPSS yang digunakan untuk menganalisis data. Hasil analisis menunjukkan bahwa produk, pelayanan, dan personalia berpengaruh positif dan signifikan terhadap *positioning* produk Yongki komaladi di Ramayana Department Store Gresik. Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan penjualan, Produk Yongki Komaladi harus memperhatikan *positioning* produk yang meliputi: produk, pelayanan, dan personalia. Karena faktor-faktor tersebut terbukti mempengaruhi *positioning* produk sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan penjualan Produk Yongki Komaladi.

Kata Kunci : Diferensiasi, Produk, Pelayanan, Personalia, dan Positioning.

Yusuf Andriansyah, 07312025, Influence Of Product Positioning Differentiation Yongki Komaladi Ramayana Department Store In Gresik, Management, Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Gresik, May, 2011

Abstrack

Basically, positioning is very important for the company. Action to investigate or identify the position of competitors and decided to take a position equivalent to the position of competitors or seeking opportunities in the market. If the company position itself close to the other competitors, the company must select and then look for further differences through their own differences.

This study aimed to examine the influence of products, services, and personnel against Yongki Komaladi product positioning in the Ramayana Department Store Gresik. The use of these variables based on theories put forward Kotler (2005), The use of these variables is expected to solve the problems that occurred in Yongki Products Komaladi Ramayana Department Store in Gresik. Respondents of this study is that there are people in the city of Gresik was wearing and made possible as a consumer Yongki Komaladi some 100 people.

Methods of data analysis used were multiple linear regression analysis, using SPSS is used to analyze the data. The analysis showed that the products, services, and personnel have a positive and significant impact on product positioning Yongki Komaladi Ramayana Department Store in Gresik. The empirical findings indicate that to increase sales, product positioning Yongki Komaladi should pay attention to products that include: products, services, and personnel. Because of these factors proved to influence the positioning of the product so it can indirectly increase sales Products Yongki Komaladi.

Keywords: Differentiation, Products, Services, Personnel, and Positioning.