

MILIK PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA	
Diterima	: 15 FEB 2000
Inventarisasi	108.1/ET9/Hd.2/2000
Klasifikasi	Rf: 650.8/Adh/99
Katalog	:
Selesai diproses	: 17 FEB 2000

Marketing Management

**ANALISIS POSISI PRODUK ROKOK
KRETEK MEREK BIBIT AKARMAS PRIMA,
PURIMAS, GALAH DAN MARIGOLD
MENURUT PERSEPSI KONSUMEN
DI KOTAMADYA MALANG**



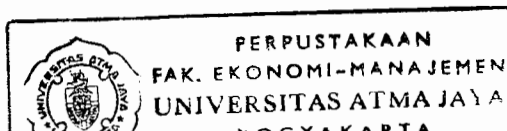
Disusun Oleh :

ANDREAS ADHY NUGROHO

No. Mhs. : 06564 / EM

N I R M : 930051051302120242

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
1999**



**ANALISIS POSISI PRODUK ROKOK KRETEK MEREK
BIBIT AKARMAS PRIMA, PURIMAS, GALAH, DAN
MARIGOLD MENURUT PERSEPSI KONSUMEN
DI KOTAMADYA MALANG**

SKRIPSI


**Diajukan Guna Memenuhi Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi
Jurusan Ekonomi Manajemen
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
1999**



Yogyakarta, 28 NOVEMBER 1998
Telah disetujui dan diterima baik oleh

Dosen Pembimbing I


(Drs. E. Sumardjono, MBA)

Dosen Pembimbing II


(Drs. C. Jarot P., MBA)

Skripsi Berjudul
ANALISIS POSISI PRODUK ROKOK KRETEK MEREK BIBIT
AKARMAS PRIMA, PURIMAS, GALAH, DAN MARIGOLD
MENURUT PERSEPSI KONSUMEN
DI KOTAMADYA MALANG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

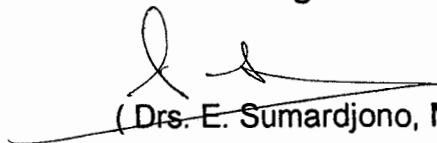
ANDREAS ADHY NUGROHO

No Mhs : 06564 / EM
NIRM : 930051051302120242

Telah dipertahankan didepan
Panitia Penguji pada tanggal 6 Februari 1999
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan
Manajemen

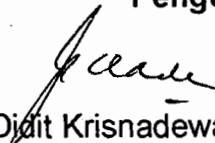
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Pembimbing I



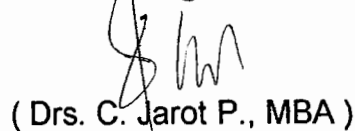
(Drs. E. Sumardjono, MBA)

Penguji I



(Drs. P. Didit Krisnadewara, MM)

Pembimbing II



(Drs. C. Jarot P., MBA)

Penguji II



(Drs. Budi Suprpto, MBA)

Yogyakarta 6 Februari 1999

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

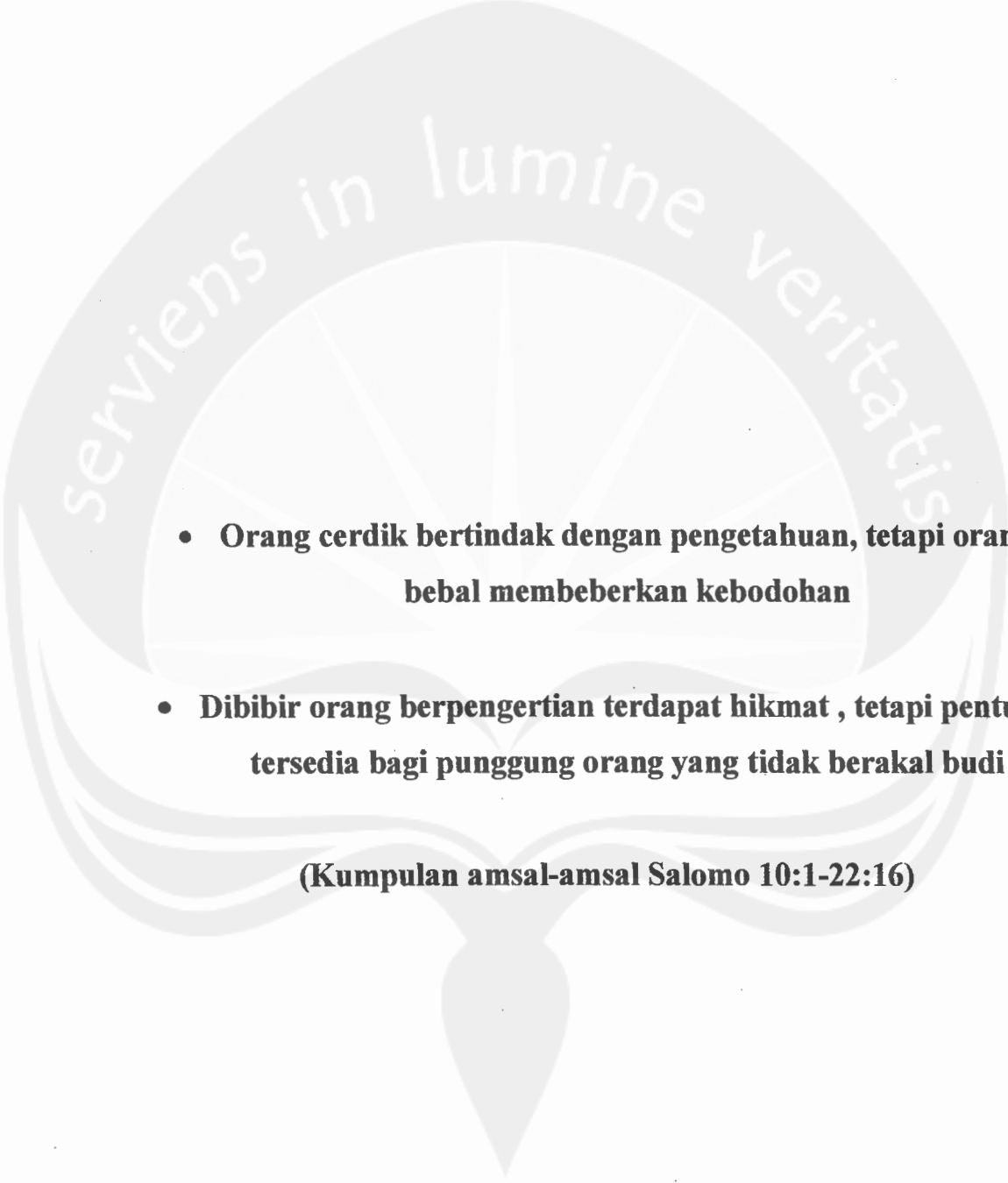
Fakultas Ekonomi

Dekan



(Drs. P. Didit Krisnadewara, MM)

MOTTO

- 
- **Orang cerdas bertindak dengan pengetahuan, tetapi orang bebal membeberkan kebodohan**
 - **Dibibir orang berpengertian terdapat hikmat , tetapi pentung tersedia bagi punggung orang yang tidak berakal budi**

(Kumpulan amsal-amsal Salomo 10:1-22:16)

PERSEMBAHAN



Karyaku ini Kupersembahkan Untuk:

Sahabatku dan Almamaterku Atma Jaya Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan kasih, rahmat, serta karunia-Nya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi dengan Judul Analisis Posisi Produk Rokok Kretek Merek Bibit Akar Mas Prima, Purimas, Galah, dan Marigold di Kotamadya Malang ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Didalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak yang dengan sabar dan tulus membantu sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena pada kesempatan ini dengan sepenuh hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. E.Sumardjono, MBA., selaku Dosen Pembimbing I yang dengan tekun dan sabar telah memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat berguna bagi penulis hingga sampai terselesainya skripsi ini.
2. Bapak Drs. C. Jarot P., MBA., selaku Dosen Pembimbing II yang dengan tekun dan sabar telah memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat berguna bagi penulis hingga sampai terselesainya skripsi ini.
3. Para Staf PR.Mulya Graha khususnya pimpinan PR. Mulya Graha, yang telah memberikan bantuan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
4. Para Staf PR.Surya Jaya khususnya pimpinan PR.Surya Jaya yang telah memberikan bantuan kepada penulis untuk melakukan penelitian.

5. Para Staf PR.Sanjiwani khususnya pimpinan. PR.Sanjiwani, yang telah memberikan bantuan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
6. Para Staf PR.Putera Mandiri khususnya pimpinan PR.Putera Mandiri, yang telah memberikan bantuan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Para responden yang telah dengan sukarela bersedia untuk mengisi kuesioner dengan sungguh-sungguh.
8. Papi, Mami, dan Kekasihku yang telah memberikan semangat dan dukungan doa serta dukungan finansial dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik demi kemajuan penulis harapkan.

Akhir kata, penulis berharap agar hasil pemikiran yang tertuang dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, November 1998

Penulis

(Andreas Adhy Nugroho)

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Motto.....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah.....	5
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	6
1.4.2. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Metode Penelitian.....	7
1.5.1 Data Yang Dibutuhkan.....	7
1.5.2. Metode Pengumpulan Data.....	8
1.5.3. Metode Sampling.....	8
1.6. Metode Analisis Data.....	9
1.6.1. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	9
1.6.2. Analisis Persentase.....	11
1.6.3. Perceptual Mapping.....	11
1.7. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II. LANDASAN TEORI.....	16
2.1. Pemasaran.....	16
2.2. Manajemen Pemasaran.....	17

2.3. Konsep Pemasaran.....	19
2.4. Segmentasi Pasar	22
2.4.1. Dasar – dasar Segmentasi Pasar	23
2.4.2. Persyaratan Segmentasi Pasar.....	25
2.4.3. Manfaat Segmentasi Pasar.....	25
2.5. Penetapan Pasar Sasaran.....	26
2.5.1 Mengevaluasi Segmen – segmen Pasar	26
2.6. Pemilihan Segmen Pasar	29
2.6.1. Konsentrasi Pada Pasar Tunggal.....	29
2.6.2. Spesialisasi Selektif.....	30
2.6.3. Spesialisasi Produk.....	30
2.6.4. Spesialisasi Pasar.....	30
2.6.5. Pelayanan Pasar Secara Penuh.....	31
2.7. Bauran Pemasaran	31
2.8. Pengertian Perilaku Konsumen	33
2.8.1. Faktor- faktor Utama Yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	34
2.8.2. Atribut Produk.....	40
2.9. Strategi Posisi Produk.....	44
BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	54
A. Sejarah Perkembangan PR. Mulya Graha.....	54
- Profil PR. Mulya Graha	55
- Tujuan Pendirian PR. Mulya Graha.....	55
- Struktur Organisasi PR. Mulya Graha.....	56
- Gambaran Personalia PR. Mulya Graha.....	58
- Pengadaan Tenaga Kerja.....	58
- Tingkat Pendidikan Karyawan.....	59
- Jumlah Karyawan.....	59
- Jam Kerja	59
- Pemberian Intensif	60
- Jaminan Keselamatan Kerja Karyawan	60

- Kegiatan Pemasaran PR. Mulya Graha	61
- Saluran Distribusi.....	61
- Denah Pembagian Ruang PR. Mulya Graha.....	62
B. Sejarah Perkembangan PR. Surya Jaya.....	63
- Profil PR. Surya Jaya	63
- Tujuan Pendirian PR. Surya Jaya.....	64
- Struktur Organisasi PR. Surya Jaya.....	65
- Gambaran Personalia PR. Surya Jaya	67
- Pengadaan Tenaga Kerja.....	67
- Tingkat Pendidikan Karyawan.....	68
- Jumlah Karyawan.....	68
- Jam Kerja	68
- Pemberian Intensif	69
- Jaminan Keselamatan Kerja Karyawan	69
- Kegiatan Pemasaran PR. Surya Jaya	69
- Saluran Distribusi.....	70
- Denah Pembagian Ruang PR. Surya Jaya.....	71
C. Sejarah Perkembangan PR. Sanjiwani	72
- Profil PR. Sanjiwani.....	72
- Tujuan Pendirian PR. Sanjiwani	73
- Struktur Organisasi PR. Sanjiwani.....	74
- Gambaran Personalia PR. Sanjiwani.....	76
- Pengadaan Tenaga Kerja.....	76
- Tingkat Pendidikan Karyawan.....	76
- Jumlah Karyawan.....	77
- Jam Kerja	77
- Pemberian Intensif	78
- Jaminan Keselamatan Kerja Karyawan	78
- Kegiatan Pemasaran PR. Mulya Graha	78
- Saluran Distribusi.....	79
- Denah Pembagian Ruang PR. Mulya Graha.....	80

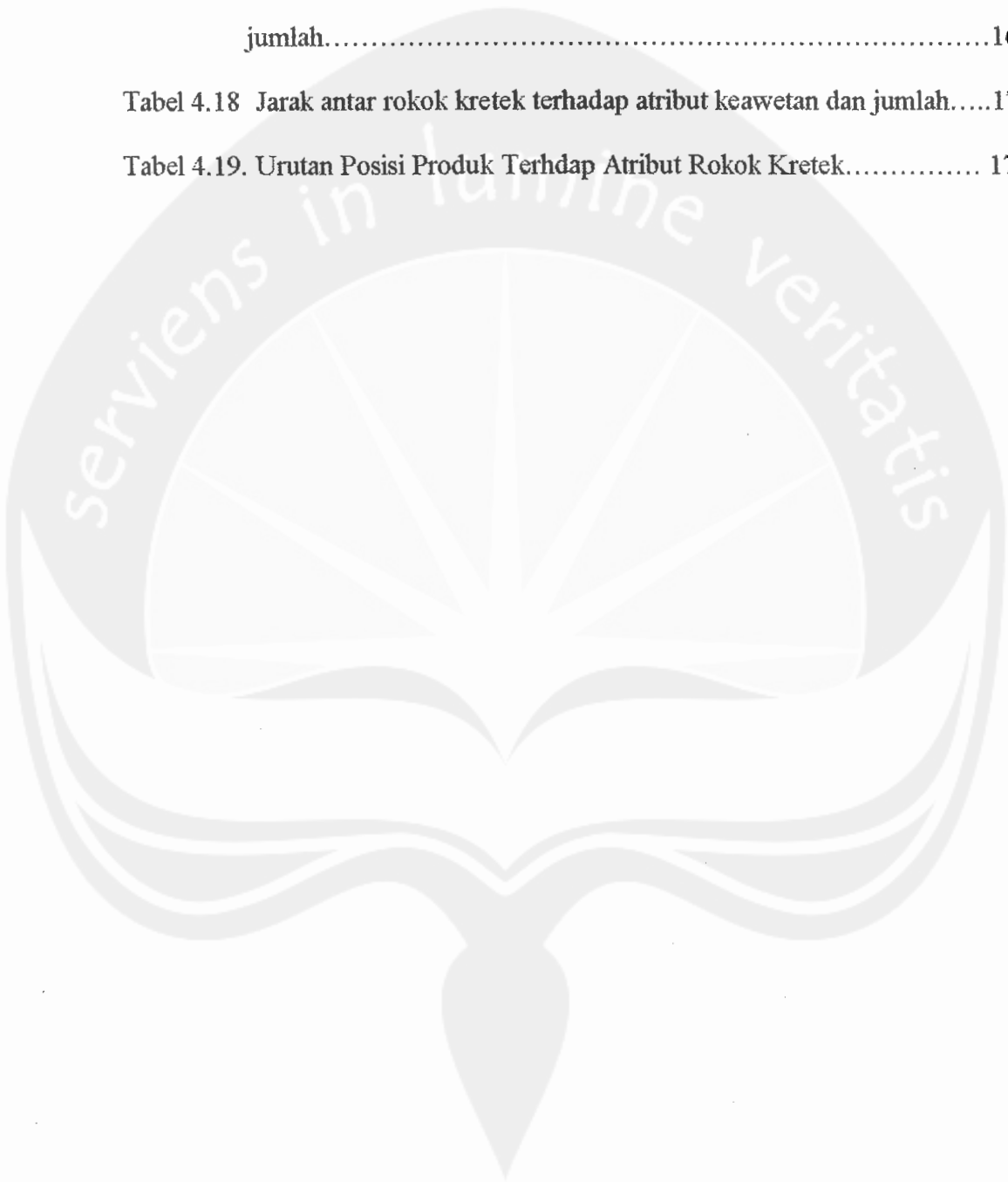
D. Sejarah Perkembangan PR. Putera Mandiri.....	81
- Profil PR. Putera Mandiri	81
- Tujuan Pendirian PR. Putera Mandiri.....	82
- Struktur Organisasi PR. Putera Mandiri.....	83
- Gambaran Personalia PR. Putera Mandiri.....	85
- Pengadaan Tenaga Kerja.....	85
- Tingkat Pendidikan Karyawan.....	86
- Jumlah Karyawan.....	86
- Jam Kerja	87
- Pemberian Intensif	87
- Jaminan Keselamatan Kerja Karyawan	87
- Kegiatan Pemasaran PR. Putera Mandiri	88
- Saluran Distribusi.....	89
- Denah Pembagian Ruang PR. Putera Mandiri.....	90
BAB IV. ANALISA DATA.....	63
4.1. Pembuatan Kuesioner dan Penentuan sampel	91
4.2. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	92
4.2.1. Analisis Validitas.....	92
4.2.2. Analisis Reliabilitas.....	92
4.3. Analisis Persentase	93
4.4. Analisis Posisi Produk.....	96
4.4.1. Analisis Posisi Produk Berdasarkan Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Harga dan Kemasan	97
4.4.2. Analisis Posisi Produk Berdasarkan Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Harga dan Rasa	107
4.4.3. Analisis Posisi Produk Berdasarkan Persepsi Konsumen terhadap Atribut Harga dan Aroma	118
4.4.4 Analisis Posisi Produk Berdasarkan Persepsi Konsumen terhadap atribut Harga dan Keawetan.....	129
4.4.5 Analisis Posisi Produk Berdasarkan Persepsi Konsumen terhadap atribut harga dan jumlah.....	139

4.4.6.	Analisis Posisi Produk Berdasarkan Persepsi Konsumen terhadap Atribut Rasa dan Aroma.....	150
4.4.7	Analisis Posisi Berdasarkan Persepsi Konsumen terhadap Atribut Keawetan dan Jumlah.....	161
4.4.8	Urutan Posisi Produk Berdasarkan Persepsi Konsumen Terhadap atribut Rokok Kretek.....	173
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....		175
5.1.	Kesimpulan.....	175
5.2.	Saran.....	178
DAFTAR PUSTAKA.....		180
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin.....	94
Tabel 4.2. Jumlah Responden Menurut Usia	94
Tabel 4.3. Jumlah Responden Menurut Tingkat Pendapatan	95
Tabel 4.4. Jumlah Responden Menurut Status Pekerjaan	96
Tabel 4.5. Persepsi Konsumen Rokok Kretek terhadap Atribut Harga dan Kemasan.....	97
Tabel 4.6. Jarak Antar Rokok Kretek terhadap Atribut Harga dan Kemasan...	106
Tabel 4.7. Persepsi Konsumen Rokok Terhadap Atribut harga dan rasa	107
Tabel 4.8. Jarak Antar Rokok Kretek Terhadap Atribut Harga dan Rasa.....	117
Tabel 4.9. Persepsi Konsumen Rokok Kretek Terhadap Atribut harga dan Aroma.....	118
Tabel 4.10. Jarak antar Rokok Kretek terhadap harga dan aroma	128
Tabel 4.11. Persepsi Konsumen Rokok Kretek Terhadap Atribut harga dan keawetan.....	129
Tabel 4.12. Jarak antar rokok kretek terhadap harga dan keawetan	138
Tabel 4.13. Persepsi Konsumen Rokok kretek terhadap atribut harga dan jumlah.....	139
Tabel 4.14. Jarak antar rokok kretek terhadap harga dan jumlah.....	149
Tabel 4.15. Persepsi Konsumen rokok kretek terhadap atribut rasa dan aroma.	150
Tabel 4.16 Jarak antar rokok kretek terhadap atribut rasa dan aroma.....	160

Tabel 4.17 Persepsi Konsumen rokok kretek terhadap atribut keawetan dan jumlah.....	162
Tabel 4.18 Jarak antar rokok kretek terhadap atribut keawetan dan jumlah.....	171
Tabel 4.19. Urutan Posisi Produk Terhadap Atribut Rokok Kretek.....	173



Daftar Gambar

1. Gambar 3.1 Struktur Organisasi PR. Mulya Graha.....	57
2. Gambar 3.2 Struktur Organisasi PR. Surya Jaya.....	66
3. Gambar 3.3 Struktur Organisasi PR. Sanjiwani.....	75
4. Gambar 3.4 Struktur Organisasi PR. Putera Mandiri.....	84
5. Gambar 4.1 Peta Persepsi Konsumen terhadap Atribut Harga dan Kemasan.....	103.
6. Gambar 4.2 Peta Persepsi Konsumen terhadap Atribut Harga dan Rasa.....	114
7. Gambar 4.3 Peta Persepsi Konsumen terhadap Atribut Harga dan Aroma.....	125
8. Gambar 4.4 Peta Persepsi Konsumen terhadap Atribut Harga dan Keawetan.....	135
9. Gambar 4.5 Peta Persepsi Konsumen terhadap Atribut Harga dan Jumlah.....	146.
10. Gambar 4.6 Peta Persepsi Konsumen terhadap Atribut Rasa dan Aroma.....	157
11. Gambar 4.7 Peta Persepsi Konsumen terhadap Atribut Keawetan dan Jumlah.....	168

Lampiran

LAMPIRAN:

1. Kuesioner tentang Analisis posisi produk rokok kretek merek Bibit Akar Mas Prima,
Purimas, Galah dan Marigold 138
2. Hasil test mengenai Validitas dan Reliabilitas..... 141
3. Surat Keterangan Perusahaan.....146