

**ANALISIS PEMETAAN PRODUK DAN MINAT BELI**

**PADA *SKINCARE* DI KOTA SOLO**



**SKRIPSI**

Disusun Guna Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

**NURLATIFAH**  
**B 100 140 212**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2018**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417, Fax. 715448 Surakarta 57102  
Website: <http://www.ums.ac.id> Email: [Ums@ums.ac.id](mailto:Ums@ums.ac.id)

---

### **HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

Yang bertandatangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama : Kussudiyarsana, SE, M., Si., P.hD

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul :

**ANALISIS PEMETAAN PRODUK DAN MINAT BELI PADA SKINCARE  
DI KOTA SOLO**

Oleh :

NUR LATIFAH  
B100 140 212

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Juli 2018

Pembimbing

**Kussudiyarsana, SE, M., Si., P.hD**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :  
**“ANALISIS PEMETAAN PRODUK DAN MINAT BELI PADA *SKINCARE*  
DI KOTA SOLO “**

Yang disusun oleh :

**NUR LATIFAH**

**B 100 140 212**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk  
diterima.

Surakarta, 30 Juli 2018

Pembimbing Uta



**(Kussudiyarsana, SE., M.Si, Ph.D)**

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**



**(Dr. Syamsudin, SE, M.M.)**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **NUR LATIFAH**

NIRM : **B 100 140 212**

Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **“ANALISIS PEMETAAN PRODUK DAN MINAT  
BELI PADA SKINCARE DI KOTA SOLO”**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan gelar atau ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **30** Juli 2018

Yang membuat pernyataan,

**Nur Latifah**

## *MOTTO*

“Dia yang tahu,tidak bicara. Dia yang bicara, tidak tahu”.

(Lao Tse)

“Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha yang disertai dengan doa, serta Restu orang tua kita agar kesuksesan berjalan dengan lancar”.

Jangan menyerah atas impianmu, impian memberimu tujuan hidup. Ingatlah, sukses bukan kunci kebahagiaan, kebahagiaanlah kunci sukses.

(Penulis)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini spesial untuk:

1. Allah SWT, yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap mahluk, tanpa-Nya tulisan ini tiada bermakna.
2. Khatamul Anbiya Muhammad SAW, semoga sholawat dan salam selalu tercurah kepada beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.
3. Teruntuk Bapak Yadi dan Ibu Harni yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, motivasi yang sangat besar sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah saya di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Sahabat–sahabatku di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah sekalian.
5. Almamater Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pemetaan Produk dan Minat Beli Pada Skincare di Kota Solo”**.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Bapak Dr. Syamsudin, SE, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Imronudin, SE., M.Si., Ph.D, selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Ir. Irmawati., S.E., M.Si, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan selama penulis menempuh studi.
4. Bapak Kussudiyarsana, SE.,M.Si, Ph.D, selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan selama penulisan dalam menempuh skripsi.
5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.

6. Abi dan Umi tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materil. Terima kasih untuk semua, motivasi, bimbingan, kerja keras kalian dan pengorbanan yang telah dilakukan.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Surakarta, 30 Juli 2018

Penulis

Nur Latifah



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK .....	xiii
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Terori .....	9
1) Konsep Pemasaran .....	9
2) <i>Positioning</i> .....	12
3) Niat Beli .....	14
4) Produk .....	15
5) <i>Perceptual Map</i> .....	18
6) Hubungan Antar Konsep .....	20
B. Penelitian Terdahulu .....	21
C. Kerangka Berfikir .....	22
<b>BAB III    METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	24

	B. Populasi, dan Sampel .....	23
	C. Definisi Variabel Operasional dan Pengukurannya .....	26
	D. Data dan Sumber Data .....	27
	E. Metode Pengumpulan Data .....	28
	F. Metode Analisis Data .....	29
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Karakteristik Responden .....	32
	B. Diskripsi Statistik .....	35
	C. Analisis Data .....	43
	D. Pembahasan .....	62
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
	A. Kesimpulan .....	67
	B. Keterbatasan Penelitian .....	70
	C. Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Skincare Terbaik di Solo .....	6
Tabel 4.1 Karakteristik <i>Skincare</i> .....	33
Tabel 4.2 Karakteristik Pendapatan .....	34
Tabel 4.3 Karakteristik Usia .....	34
Tabel 4.4 Karakteristik Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.5 Diskripsi Statistik Produk .....	36
Tabel 4.6 Hasil Diskripsi Ranging Tertinggi – Terendah pada Produk	39
Tabel 4.7 Hasil Diskripsi Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	40
Tabel 4.8 Hasil Diskripsi Ranging Tertinggi – Terendah pada <i>Purchase Intention</i> .....	43
Tabel 4.9 Stimulus Koordinate Pemetaan Kondisi Produk .....	46
Tabel 4.10 Stimulus Koordinate Pemetaan Merek .....	47
Tabel 4.11 Stimulus Koordinate Pemetaan Kualitas Produk .....	49
Tabel 4.12 Stimulus Koordinate Pemetaan Kemasan .....	51
Tabel 4.13 Stimulus Koordinate Pemetaan Harga .....	53
Tabel 4.14 Stimulus Koordinate Pemetaan Pertimbangan Harga .....	55
Tabel 4.15 Stimulus Koordinate Pemetaan Pertimbangan dari Sisi Produk	57
Tabel 4.16 Stimulus Koordinate Pemetaan Pertimbangan dari Sisi Kualitas Produk .....	59
Tabel 4.17 Stimulus Koordinate Pemetaan Memberikan Pandangan Positif .....	61
Tabel 4.18 Stimulus Koordinate Pemetaan Merek Tinggi .....	62

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemetaan Posisi Persepsi Konsumen .....	23
Gambar 4.1 Pemetaan Persepsi Kondisi Produk .....	45
Gambar 4.2 Pemetaan Persepsi Merek .....	46
Gambar 4.3 Pemetaan Persepsi Kualitas Produk .....	48
Gambar 4.4 Pemetaan Persepsi Kemasan .....	50
Gambar 4.5 Pemetaan Persepsi Harga .....	52
Gambar 4.6 Pemetaan Persepsi Pertimbangan Harga .....	54
Gambar 4.7 Pemetaan Persepsi Pertimbangan dari Sisi Produk .....	56
Gambar 4.8 Pemetaan Persepsi Pertimbangan dari Sisi Kualitas Produk ...	58
Gambar 4.9 Pemetaan Persepsi Memberikan Pandangan Positif .....	60
Gambar 4.10 Pemetaan Persepsi Merek Tinggi .....	61

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Lampiran 1. Kuesioner penelitian
2. Lampiran 2. Hasil Analisis Identitas Responden
3. Lampiran 3. Hasil Analisis Jawaban Responden
4. Lampiran 4. Hasil Olahan SPSS

## ABSTRACT

*Analysis of this research on product mapping and purchase intention in skincare in Solo City. Studies conducted on Natasha's skincare, Ella, Larissa, Navagreen and Be Heart. Samples taken in the study were 100 respondents. The analytical method used is multidimensional scaling. Based on the results of the analysis found it can be explained that the priority scale that consumers do when choosing a consumer is skincare Navagreen (1), Be Heart (2), Natasha (3), Ella (4), Larissa (5) on the Product side, purchases are more prioritized Navagreen (1), Be Heart (2), Natasha (3), Larissa (4), and Ella (5).*

*Key words: Multidimensional Scalling, Product, Purchase Intention*

## ABSTRAKSI

Analisis penelitian ini tentang pemetaan produk dan minat beli pada *skincare* di Kota Solo. Studi yang dilakukan pada *skincare* *Natasha, Ella, Larissa, Navagreen dan Be Hati*. Sampel yang terambil dalam studi tersebut sebanyak 100 responden. Metode analisis yang dipergunakan adalah *multidimensional Scalling*. Berdasarkan hasil analisis yang ditemukan maka dapat dijelaskan bahwa skala prioritas yang dilakukan konsumen ketika memilih konsumen adalah *skincare* Navagreen (1), Be Hati (2), Natasha (3), Ella (4), Larissa (5) pada sisi Produk sedangkan pada Niat pembelian adalah lebih memprioritaskan Navagreen (1), Be Hati (2), Natasha (3), Larissa (4), dan Ella (5).

Kata kunci: *Multidimensional Scalling*, Produk, Niat Pembelian