

SKRIPSI

Dicky Soehartono Tantowijono

PENGARUH PENEMPATAN PRODUK (PRODUCT POSITIONING) DAN DIFERENSIASI PRODUK (PRODUCT DIFFERENTIATION) TERHADAP CITRA MEREK (BRAND IMAGE) RADIO ISTARA FM DI SURABAYA



No. INDUK	0063/03
TGL TERIMA	18-02-2002
B E L I T A D I H	
No. BUKU	FE-m Tan Pra-1
P K E	1 (satu)

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2001

PENGARUH PENEMPATAN PRODUK (*PRODUCT POSITIONING*) DAN
DIFERENSIASI PRODUK (*PRODUCT DIFFERENTIATION*) TERHADAP
CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) RADIO ISTARA FM DI SURABAYA



SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen

OLEH:
Dicky Soehartono Tantowijono
3103096313

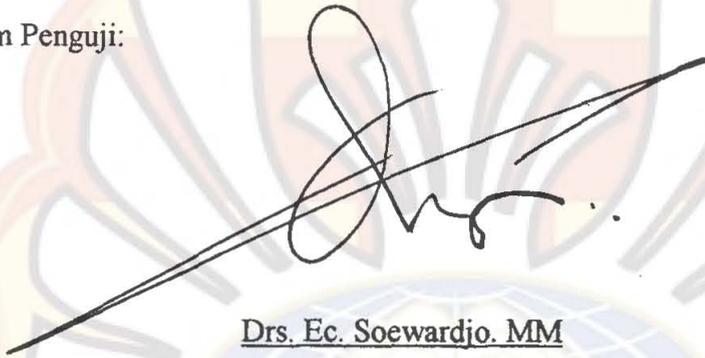
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Dicky Soehartono Tantowijono NRP: 3103096313

Telah disetujui pada tanggal 11 April 2001 Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji:



Drs. Ec. Soewardjo. MM

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Drs. Sinton Hariyanto, Ak



Drs. N. Agus Sunaryanto. MM

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Pengaruh Penempatan Posisi Produk (*Product Positioning*) dan Diferensiasi produk (*Product Differentiation*) Terhadap Citra Merek (*Brand Image*) Radio Istara FM di Surabaya yang ditulis oleh Dicky Soehartono Tantowijono telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.



Pembimbing I : Drs. Ec. Herman Budi Sasono



Pembimbing II : Drs. Ec. N. Agus Sunaryanto, MM

KATA PENGANTAR

As always, now, then and forever. Tembang syukur dan terima kasih kukidungkan untuk Jesus Christ atas anugrah kasihNya kepadaku sehingga penyusunan skripsi dengan judul PENGARUH PENEMPATAN PRODUK (*PRODUCT POSITIONING*) DAN DIFERENSIASI PRODUK (*PRODUCT DEFFERENTIATION*) TERHADAP CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) RADIO ISTARA FM DI SURABAYA dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini dibuat dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Jurusan Manajemen. Banyak cobaan yang dihadapi penulis selama penyelesaian skripsi ini, namun berkat restu dan bimbingan Bapa di Surga akhirnya semua kendala itu dapat dilalui.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih (*Dramatis Personae*) yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Herman Budi, sebagai dosen pembimbing satu dan Bapak Agus Sunaryanto, sebagai dosen pembimbing dua yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran membantu penulis sampai tersusunnya skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Sri Yunan, sebagai dosen wali serta segenap Bapak dan Ibu dosen yang telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.

3. Seluruh staf Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala yang telah banyak membantu penulis dalam penyediaan kepustakaan yang berkaitan. Juga seluruh staf Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala.
4. Bapak Ahmad Nasir selaku penanggung jawab Radio Istara FM dan Mbak Ade selaku *programmer* Radio Istara FM beserta seluruh staf Radio Istara FM yang telah banyak membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga yang telah banyak memberikan doa dan dukungan baik berupa materiil maupun spirituiil dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Kepada Yang Terhormat almarhum Jubran Khalil Jubran, yang telah mengajarku tentang hidup dan kehidupan. Juga para musisi aliran *Black* dan *Gothic Metal*, ada keindahan dan kecantikan yang tersembunyi dalam kegelapan jiwa.
7. Anak Sastra Inggris UK Petra, Madam Floren cs (*keep on "tango" guys*) dan Panitia Temu Kangen SMU Santa Maria Surabaya 2000, *SERVIAM forever!*
8. Kawan seperjuangan Mr. Hendy dan Om David (skripsi 3 semester! Gila beneer!!!) dan buat adik-adik yang lagi nyusun skripsi, tabah aja *euy!*
9. Atiek (gimana skripsinya?), Wanda (mangan ora mangan pokok'e...titip absen!) dan Tommy (hiperbola?! hallo effect? Kamu *ngga* lagi stress kan?) yang telah membantu dalam proses penyebaran kuisisioner (SMU Komplek maaan!!), juga buat Silvi dan Yanti, *thanx* buat dukungannya waktu sidang (kalian bikin tambah mules perutku).

10. Kelopak Jiwaku, “Jasmine”, yang telah mengajarku untuk membuat harapan serta impian dan tetap memberikan dukungan meski aku *ngga* butuh itu. *Anyway thanx* buat perhatiannya.
11. Bunga-bunga kampus, yang bikin aku betah nongkrong di kantin dan menunda kegiatan bimbingan dan pengerjaan skripsiku (ke perpustakaan?! Besok aja deh!).
12. Akhirnya buat seluruh teman-teman angkatan 1995-2000 Unika Widya Mandala Surabaya, senang bisa mengenal dan berpetualang dengan kalian, *Peace On Earth! Join Greenpeace!*

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan ini. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun diharapkan dapat membantu penyempurnaan skripsi ini.

Surabaya, April 2001

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
BAB 1 : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Skripsi.....	7
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	10
2.3. Hipotesis.....	28
BAB 3 : METODE PENELITIAN.....	30
BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAAN.....	42
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	42
4.2. Deskripsi Data.....	45
4.3. Analisis Data.....	51
4.4. Pembahasan.....	55

BAB 5	:	SIMPULAN DAN SARAN.....	59
		5.1. Simpulan.....	59
		5.2. Saran.....	60

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN



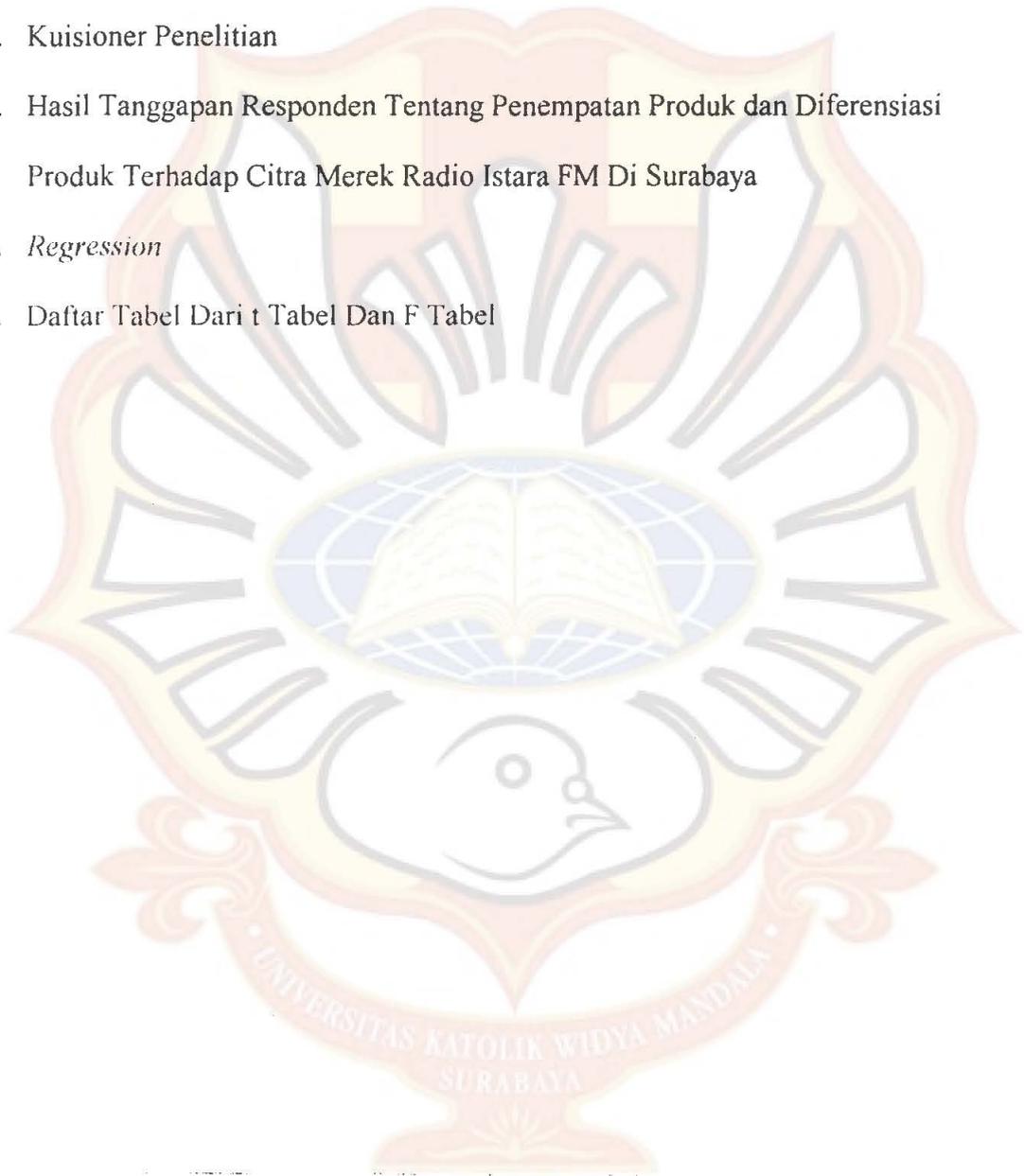
DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perbedaan Dan Persamaan Antara Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Yang Akan Dilakukan.....	9
2. Data Tanggapan Responden Terhadap Penempatan Produk (<i>Product Positioning</i>) Radio Istara FM Di Surabaya.....	47
3. Data Tanggapan Responden Terhadap Diferensiasi Produk (<i>Product Differentiation</i>) Radio Istara FM Di Surabaya.....	48
4. Data Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek (<i>Brand Image</i>) Radio Istara FM Di Surabaya.....	49
5. Hasil Tanggapan Responden Secara Keseluruhan Terhadap Penempatan Produk (<i>Product Positioning</i>), Diferensiasi Produk (<i>Product Differentiation</i>) Dan Citra Merek (<i>Brand Image</i>) Radio Istara FM Di Surabaya.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuisisioner Penelitian
2. Hasil Tanggapan Responden Tentang Penempatan Produk dan Diferensiasi Produk Terhadap Citra Merek Radio Istara FM Di Surabaya
3. *Regression*
4. Daftar Tabel Dari t Tabel Dan F Tabel



ABSTRAKSI

Ketatnya persaingan di bisnis radio *broadcasting* saat ini mengharuskan badan usaha-badan usaha tersebut untuk menerapkan suatu strategi pemasaran yang baik agar pendengar menempatkan produknya yang berupa program acara (on air) ditempat teratas pada benak pendengar sehingga pendengar akan memilih untuk mendengarkan stasiun radio tersebut diantara pilihan-pilihan yang ada. Kegiatan yang perlu dilakukan oleh badan usaha antara lain adalah melakukan segmentasi pasar, memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. Setelah itu badan usaha perlu menetapkan strategi penempatan posisi produk dalam usahanya untuk menanamkan citra (*image*) dalam benak konsumen.

Dengan menetapkan segmen pendengar remaja, Radio Istara FM melakukan suatu strategi penempatan produk dengan pendekatan *positioning on user*. Bentuk dari penempatan posisi produk ini adalah seluruh program siaran Radio Istara FM disajikan untuk remaja. Diharapkan dengan format program tersebut, citra masyarakat akan terbentuk dan masyarakat akan percaya bahwa Radio Istara FM adalah radionya anak muda Surabaya.

Radio Istara FM menyadari dewasa ini banyak radio yang juga memposisikan produknya untuk anak muda/remaja, maka Radio Istara FM melakukan pembedaan terhadap produknya /program siaran. Bentuk diferensiasi produk dari Istara FM ini adalah pada format musik yang diputar. Musik yang diputar di Radio Istara FM hanyalah musik-musik *hits*. Tujuan dari diferensiasi ini adalah diharapkan akan membentuk citra pendengar terhadap Istara FM bahwa Radio Istara FM adalah satu-satunya stasiun radio yang memutar musik-musik *hits*.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa penempatan produk dan diferensiasi produk secara bersama-sama mempengaruhi persepsi/citra masyarakat terhadap Radio Istara FM.