

ABSTRAK

Hilwani Sari, 2014. *Analisis Positioning Produk Bebek Sinjay di Ketengan, Bangkalan, Madura.*

Tingkat persaingan sudah sangat ketat, hal ini ditandai dengan banyaknya produk yang sama dalam satu segmen, karena terlalu banyak pilihan, sedangkan daya ingat konsumen terbatas. Masuk ke dalam pikiran konsumen amat penting dan menjadi pokok dari teori *positioning*. Konsep dasar dari teori *positioning* adalah bagaimana anda memposisikan produk anda di dalam benak konsumen. Memposisikan produk di dalam benak konsumen adalah bagaimana konsumen berpikir terhadap produk anda. Produk yang sama dengan pesaing akan sulit menancap kuat di dalam benak konsumen. Konsumen akan sulit mengingat produk yang sama dan masuk belakangan.

Perumusan masalahnya adalah bagaimana *Positioning* Produk Bebek Sinjay di Ketengan, Bangkalan, Madura berdasarkan Persepsi Konsumen?. Dengan tujuan untuk menganalisa *Positioning* Produk Bebek Sinjay di Ketengan, Bangkalan, Madura berdasarkan Persepsi Konsumen. Skripsi ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan desain deskriptif dengan cara membagikan kuesioner kepada para konsumen bebek Sinjay yang berisi pertanyaan tentang *Positioning* Produk Bebek Sinjay yang dianalisis dengan menggunakan program SPSS.

Dalam membuktikan apakah H_0 ditolak atau diterima, maka digunakan Analisis Deskriptif dengan Uji t. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 200 responden, penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria pernah membeli produk Bebek Sinjay setidaknya lebih dari dua kali. Teknik pengumpulan data dengan member kuesioner kepada konsumen Bebek Sinjay, wawancara pada pemilik Warung Bebek Sinjay dan dokumentasi. Pengujian analisis data menggunakan Analisis Frekuensi dan Uji t.

Hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa $-t_{tabel}(\alpha) > -t_{hitung}$ yakni $-1.97196 > -592,188$ sehingga H_0 ditolak. Dengan demikian *Positioning* bebek sinjay di Ketengan, Bangkalan, Madura adalah tinggi. Secara umum responden menyatakan sangat setuju bahwa sub variabel *User Positioning* (rata-rata total skor 848,5), *Endorsement Positioning* (rata-rata total skor 847) dan *Country Positioning* (rata-rata total skor 853,5), serta yang menyatakan setuju dengan *Product Category Positioning* (rata-rata total skor 824,7), *Ingredient Positioning* (rata-rata total skor 812), *Quality or Price Positioning* (rata-rata total skor 810,5), *Atribut Positioning* (rata-rata total skor 806,43), *Benefit Positioning* (rata-rata total skor 806), *Use and Application Positioning* (rata-rata total skor 774,5), *Competitor Positioning* (rata-rata total skor 752,5), *Manufacturing Process Positioning* (rata-rata total skor 721), dan *Parentage Positioning* (rata-rata total skor 701), serta yang menyatakan cukup setuju dengan *Proenvironment Positioning* (rata-rata total skor 658). Yang berarti Produk Bebek Sinjay telah melakukan *Positioning* dengan baik.