

**IDENTIFIKASI KEUNGGULAN BERSAING BERBASIS *MARKETING MIX*
PADA PRODUK *HANDPHONE* BERDASARKAN PERSEPSI, HARAPAN
DAN KEPENTINGAN KONSUMEN
(Studi Komparatif Produk *Smartphone* Samsung dan Evercoss di Lumajang)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



Nur Afiva Jamil

NIM. 214121679

**PROGRAM SARJANA STRATA I
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2018

**IDENTIFIKASI KEUNGGULAN BERSAING BERBASIS *MARKETING MIX*
PADA PRODUK *HANDPHONE* BERDASARKAN PERSEPSI, HARAPAN
DAN KEPENTINGAN KONSUMEN
(Studi Komparatif Produk *Smartphone* Samsung dan Evercoss di Lumajang)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan atau studi komparatif atas produk *smartphone* Samsung dan Evercoss. Perbandingan dilakukan dengan menggunakan ukuran bauran pemasaran yang terdiri dari *product, price, place, promotion, people, process, dan customer service* dengan menggunakan konsep *lean six sigma* untuk bisa menyimpulkan persepsi, harapan dan kepentingan masyarakat yang bisa menjadi masukan perbaikan yang sangat berharga bagi penjualan produk *smartphone* Samsung dan Evercoss maupun bagi promotor Samsung dan Evercoss di Kabupaten Lumajang. Responden yang digunakan adalah 60 orang, yaitu 30 orang pengguna Samsung dan 30 orang pengguna Evercoss. Hasil penelitian menunjukkan *smartphone* Samsung lebih unggul dalam produknya yang memiliki fitur yang canggih, menarik, daya tahan yang bagus, bergaransi dan rasa bangga memilikinya, prioritas perbaikan *smartphone* Samsung pada outlet yang memberikan potongan harga serta dari promosi langsung yang dilakukan promotor di outlet. Untuk *smartphone* Evercoss unggul pada harganya yang terjangkau dan outletnya yang berada di lokasi strategis sehingga mudah ditemukan, prioritas perbaikan *smartphone* Evercoss adalah daya tahan produknya yang bagus, produk mempunyai mutu yang terbaik, produk teruji kualitas dan keunggulan produknya dibandingkan dengan produk pesaingnya, produk memiliki fitur yang canggih, pengguna produk bisa merasa bangga memilikinya. Perbandingan keunggulan *smartphone* Samsung adalah pada produknya, sedangkan *smartphone* Evercoss pada harga dan outletnya. Prioritas perbaikan *smartphone* Samsung adalah potongan harga dari outlet serta dari aspek promosi, sedangkan *smartphone* Evercoss adalah dari aspek produknya.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, *Lean Six Sigma*.

**IDENTIFIKASI KEUNGGULAN BERSAING BERBASIS MARKETING MIX
PADA PRODUK HANDPHONE BERDASARKAN PERSEPSI, HARAPAN
DAN KEPENTINGAN KONSUMEN**

(Studi Komparatif Produk Smartphone Samsung dan Evercoss di Lumajang)

ABSTRACT

This study aimed to compare or comparative studies on products smartphone Samsung and Evercoss. Comparisons were made using the size of the marketing mix consisting of product, price, place, promotion, people, process, and customer service by using the concept of lean six sigma to conclude perceptions, expectations and concerns that can be input repairs are very valuable for sales products smartphone Samsung and Evercoss as well as for the promoters Samsung and Evercoss in Lumajang. Respondents used is 60, that is 30 Samsung users and 30 users Evercoss. Results showed smartphones superior Samsung its product that features a sophisticated, charming, good durability, warranty and pride have one, priority repair smartphone Samsung on the outlet that provides discounts and promotions directly performed from the promoter in the outlet. For smartphones Evercoss excel at an affordable price and outlets that are planted in strategic so easy to find, priority repair smartphone Evercoss is the durability of its products are good, the products have the best quality, the products tested quality and excellence of its products compared to competing products, the product has a feature that sophisticated, product users can feel proud of. Comparative advantages of smartphone Samsung in its products, while smartphone Evercoss on price and outlet. Priority repair smartphone Samsung discounted of outlet as well as from the promotional aspect, while smartphone Evercoss is from the aspect of the product.

Keywords: Marketing Mix, Lean Six Sigma.