

ANALISIS POSITIONING TERHADAP PRODUK SHAMPOO MEREK SUNSILK DI SURABAYA

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



Diajukan Oleh:

**MIA CHRISTIANA
No. Pokok : 049711461 E**

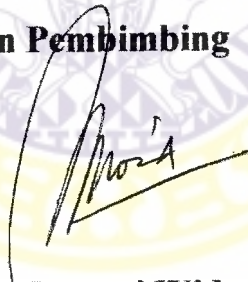
MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2002**

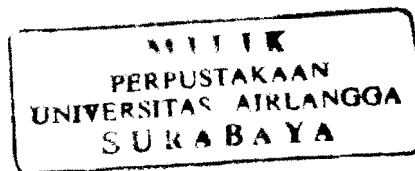
Surabaya, *8 November 2002*

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing



Dra. Ec. Maryani Widoyo



SKRIPSI
ANALISIS *POSITIONING* TERHADAP PRODUK
***SHAMPOO* MEREK SUNSILK DI SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH :

MIA CHRISTIANA

No. Pokok : 049711461 E

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

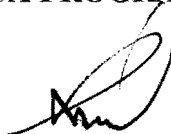
DOSEN PEMBIMBING,



Dra. Ec. Maryani Widoyo

TANGGAL...16 Desember 2002

KETUA PROGRAM STUDI,



Dr. H. Amiruddin Umar, SE.

TANGGAL...16 Desember 2002

ABSTRAK

Dalam era kemajuan disegala bidang pada saat ini perusahaan harus lebih mengetahui bahwa konsumen masa kini menemukan banyak sekali suatu merek produk yang bersaing dan memberikan manfaat yang berbeda – beda untuk masing - masing produk sehingga harapan konsumen untuk mendapatkan manfaat dari sebuah produk yang lebih baik akan semakin meningkat. Dalam persaingan pasar yang memberikan begitu banyak pilihan, konsumen cenderung memilih tawaran produk yang paling sesuai dengan kebutuhan harapan mereka. Agar perusahaan mengalami persaingan tersebut maka diperlukan suatu penelitian terhadap adanya saling keterkaitan antara atribut – atribut manfaat dengan merek *shampoo* Sunsilk yang diposisikan sebagai *shampoo* yang memiliki kelebihan pada dimensi indah (keindahan) dan diharapkan dengan adanya penelitian tersebut maka perusahaan dapat menghadapi persaingan yang ada dan dapat meningkatkan volume penjualannya serta juga memperoleh laba yang lebih besar dimasa yang akan datang.

