

## ABSTRAK

Kegagalan atau keberhasilan suatu produk yang ditawarkan pada target pasar yang dipilih tergantung pada seberapa baik produk tersebut diposisikan dalam pasar (Walker, Boyd, Larrache, 1992:202), oleh karena itu *positioning* berhubungan erat dengan kesesuaian penerimaan suatu penawaran produk dengan pasar yang ditujunya. *Positioning* akan lebih penting apabila merek produk-produk yang bersaing tampak sama di benak konsumen.

Penelitian ini bertujuan mengetahui posisi lembaga kursus bahasa Inggris Pinlabs dibandingkan dengan pesaingnya yaitu EF, IALF, ILP, KELT, YPIA, LIA, dan Executive College berdasarkan persepsi mahasiswa Universitas Airlangga terhadap atribut jasa yang ditawarkan. Atribut tersebut meliputi keterkenalan nama, tarif kursus, fasilitas kursus, lokasi kursus, program kursus, mutu pengajar, dan keramahan pelayanan.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Validitas alat ukur menggunakan metode *Pearson Product Moment* sedangkan untuk menguji reliabilitasnya menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Penelitian ini berusaha menggambarkan posisi lembaga kursus bahasa Inggris Pinlabs diantara pesaing-pesaingnya dengan menggunakan peta persepsi dua dimensi. Peta persepsi tersebut diperoleh melalui analisis *Multidimensional Scaling* (MDS).

Berdasarkan hasil MDS, koordinat stimulus posisi Pinlabs terletak pada titik -1,2881 (d1) dan 0,1399 (d2). Pada dimensi 1 (d1) posisi Pinlabs berada pada peringkat 7 setelah EF, IALF, ILP, KELT, YPIA, dan LIA. Sedangkan pada dimensi 2 (d2) posisi Pinlabs berada pada peringkat 2 setelah YPIA.

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui atribut yang dominan pada masing-masing dimensi. Pada analisis ini, nilai atribut lembaga kursus bahasa Inggris ditetapkan sebagai variabel dependen dan koordinat stimulus sebagai variabel independen. Hasil regresi menunjukkan bahwa atribut keterkenalan nama dominan pada dimensi 1 (d1). Atribut tarif kursus dominan pada dimensi 2 (d2). Untuk mengetahui pesaing terdekat Pinlabs yang dipersepsikan mahasiswa Universitas Airlangga mempunyai banyak kemiripan (*similarity*) dengan Pinlabs, digunakan perhitungan *Euclidian Distance* menunjukkan bahwa pesaing terdekat Pinlabs adalah LIA dengan jarak euklidian 0,1012. kemudian diikuti oleh Executive College (0,3098), YPIA (0,5241), KELT (2,1672), ILP (2,6558), IALF (2,7183), dan EF (3,1511).