

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH *SEGMENTING, TARGETING,* DAN *POSITIONING* TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK (STUDI KASUS PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI SRAGEN)

Diajukan Untuk Menyusun Tugas Akhir
Dalam Program Studi Administrasi Bisnis
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh:

SRI RATI
NIM. 2012081003

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS BISNIS DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS PENGARUH *SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING* TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK

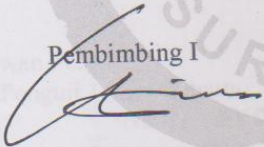
(STUDI KASUS PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI SRAGEN)

Disusun Oleh:

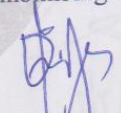
SRI RATI
NIM. 2012081003

Tugas Akhir ini disetujui untuk dipertahankan
dihadapan dewan penguji
pada tanggal 14 Maret 2016

Pembimbing I


Sri Winarno, SE, MH
NIDN 0606075301

Pembimbing II


Destina Paningrum, SE, MM
NIDN 0624077901

Mengetahui,
Ketua Program Studi


Rusnandari Retno C, SE, Msi
NIDN 0601058202

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH *SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING* TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK (STUDI KASUS PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI SRAGEN)

Disusun oleh:

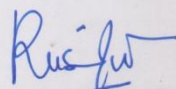
SRI RATI
NIM. 2012081003

Tugas Akhir ini telah diterima dan disahkan oleh dewan penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta Pada hari Kamis tanggal 4 Agustus 2016

Dewan Penguji

1. Penguji 1 Sri Winarno, SE, MH
NIDN. 0606075301
2. Penguji 2 Destina Paningrum, SE, MM
NIDN. 0624077901
3. Penguji 3 Rusnandari Retno C, SE, Msi
NIDN. 0601058202

Ketua Program Studi
Administrasi Bisnis


Rusnandari Retno C, SE, Msi
NIDN. 0601058202

Dekan
Fakultas Komunikasi Dan Bisnis


Paramastu Titis Anggitya S.Sos. M.IKOM
NIDN. 0620128302

FAKULTAS
BISNIS DAN KOMUNIKASI

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Sivitas Akademik Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertanda tangan dbawah ini:

Nama : Sri Rati
NIM : 2012081003
Progran Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Bisnis dan Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

ANALISIS PENGARUH *SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING* TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK. (Studi Kasus Pembelian Sepeda Motor Honda Di Sragen)

Beserta instrument/ desain/ perangkat (jika ada). Berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalih mediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (*autor*) dan Pembimbing sebagai *co autor* atau pencipta dan juga sebagai pemilik Hak Cipta.

Adalah benar-benar karya yang saya susun sendiri. Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan/ karya orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Sahid Surakarta termasuk pencabutan gelar yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya secara sadar tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Surakarta, Agustus 2016

Yang Menyatakan



(Sri Rati)

NIM: 2012081003

**SURAT PERNYATAAN
ORISINALITAS KARYA ILMIAH**

Saya mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Bisnis dan Komunikasi Universitas Sahid Surakarta yang bertanda tangan dbawah ini,

Nama : Sri Rati

NIM : 2012081003

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/ Skripsi

JUDUL : Analisis Pengaruh *Segmenting, Targeting, Dan Positioning* Terhadap Keputusan Membeli Produk. (Studi Kasus Pembelian Sepeda Motor Honda Di Sragen)

Adalah benar-benar karya yang saya susun sendiri. Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan/ karya orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas termasuk pencabutan gelar yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terbukti melakukan kebohongan maka saya sanggup menanggung segala konsekuennya.

Surakarta, Agustus 2016

Yang Menyatakan



(Sri Rati)

NIM: 2012081003

HALAMAN MOTTO

Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya, dan usaha yang disertai dengan do'a.

Karena sesungguhnya nasib manusia tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa berusaha...

Orang yang pintar bukanlah orang yang merasa pintar, akan tetapi ia adalah orang yang merasa bodoh, dengan begitu ia tak akan pernah berhenti untuk terus belajar...

Seorang sahabat adalah orang yang menjawab, apabila kita memanggil dan sering menjawab sebelum dipanggil...

Jangan lihat masa lampau dengan penyesalan, jangan pula lihat masa depan dengan ketakutan, tapi lihatlah sekitar anda dengan penuh kesadaran...

PERSEMBAHAN

Karya ini terkhusus saya persembahkan kepada...

Tuhan Yang Maha Esa atas segala anugerah yang luar biasa dan berlimpah, serta perlindungan yang diberikan kepada saya...

Bapak Alm. 'Singo Dikromo', terima kasih atas limpahan kasih sayang semasa hidupnya, dan memberikan rasa rindu yang berarti untuk hidup saya...

Ibu 'Painem', terima kasih atas segala limpahan do'a dan kasih sayang yang tak terhingga, selalu memberikan dukungan agar tidak pernah putus asa dalam mengerjakan segala sesuatu, dan mendidik saya sampai sekarang ini, serta mengajarkan saya bagaimana cara belajar sabar dan mensyukuri segala sesuatu yang diberikan oleh Tuhan Yang Maha Esa...

Kakak 'Yohana Wanda Ratmini', terima kasih atas segala kasih sayang yang diberikan kepada saya, dan membantu membiayai segala kebutuhan selama perkuliahan, serta diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi (S1)....

Teman-teman, terima kasih sudah mau mendo'akan dan memberikan semangat dan dorongan kepada saya untuk mengerjakan dan menyelesaikan laporan ini....

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH *SEGMENTING*, *TARGETING*, DAN *POSITIONING* TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK (STUDI KASUS PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI SRAGEN)

Sri Rati

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Bisnis dan Komunikasi
Universitas Sahid Surakarta

Pertumbuhan konsumen kendaraan roda dua di Indonesia sampai saat ini mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Persaingan bisnis di bidang kendaraan roda dua (sepeda motor) di Indonesia dikuasai oleh merek Honda, Yamaha, Suzuki, dan Kawasaki. Salah satu produsen kendaraan bermotor yang menggunakan strategi pemasaran yaitu mengenai *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* terhadap PT Astra Honda Motor (AHM). Sampai saat ini, pasar persaingan masih didominasi oleh PT Astra Honda Motor dengan sepeda motor merek Honda dengan keunggulannya yakni motor yang ekonomis bahan bakar.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh strategi dari *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* terhadap keputusan membeli produk, serta strategi pengembangan usaha khususnya pembelian sepeda motor Honda di kota Sragen.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di 3 wilayah kota Sragen, seperti Sragen Kulon, Sragen Tengah, dan Sragen Wetan. Sampel diambil 30-40 pembeli Honda secara acak dari masing-masing dealer di wilayah kota Sragen, dengan jumlah keseluruhan responden 100 pembeli produk Honda. Pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, observasi, dan kepustakaan.

Hasil uji regresi mendapatkan bahwa ketiga variabel independen yaitu *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli produk. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa semua variabel independen mempunyai hubungan yang signifikan kurang dari 0,5. Kemudian melalui uji F diketahui bahwa ketiga variabel independen terbukti mempunyai pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan membeli produk, yaitu sebesar 3,459 dengan nilai signifikan $000 < 0,05$. Dari perhitungan koefisien determinasi R^2 , menunjukkan bahwa 72,8% mengenai keputusan membeli produk dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 27,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, *Segmenting*, *Targeting*, *Positioning*

ABSTRACT

The growth of consumers two-wheel vehicles in Indonesia until now experiencing an increase in a high enough. Competition business in the surface of two-wheel vehicles (motorcycle) in Indonesia controlled by brand Honda, Yamaha, Suzuki, and Kawasaki. One of company motor vehicles to use marketing strategy is about segmenting, targeting, and positioning on PT Astra Honda Motor (AHM). Until now, the market competition is still dominated by PT Astra Honda Motor with motorcycle brand Honda with his superiority the motor economically efficient fuel.

The purpose of research is to determine the influence of a strategy segmenting, targeting, and positioning on the decision to buy a product, as well as strategy of development the effort, especially the purchase of motorcycle Honda in the city Sragen.

The study is the research descriptive using a quantitative approach. The location of this study was conducted on 3 of the city Sragen as Sragen Kulon, Sragen Tengah, and Sragen Wetan. Samples taken 30-40 buyers Honda at random of each dealers in the city Sragen, with the overall number of the respondents 100 buyers products Honda. A used data in this study is questionnaires, observations, and literature.

The results of regressing get that the third variable independent is segmenting, targeting, and positioning influential positive on the decision to buy a product. Testing hypothesis using test t showed that all variable independent to have a significant less than grade of 0,5. Then through test F the knowed that of third variable independent proved to have a significant influence at together on the decision to buy products of 3,459 with the value of significant $000 < 0,05$. Calculating of the coefficient of determinasi R^2 , the showed that 72,8% about the decision to buy a product can be explained on the third variable independent used in the equation of regessing. While the rest 27,2% described by variable else outside the research.

Key Word: The decesion of purchase, Segmenting, Targeting, and Positioning

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karuni-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan skripsi ini. Teriring pula ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang mendukung dan membantu hingga selesainya laporan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari bahasa maupun penulisan. Hal ini dikarenakan terbatasnya kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Namun, berkat bimbingan dan dukungan laporan skripsi ini dapat diselesaikan. Dengan rasa hormat, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. KRMT. Haryo Santoso H., MM. Selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta
2. Bapak H. Hartanto SH, M.Hum. Selaku Wakil Rektor II Universitas Sahid Surakarta.
3. Ibu Sri Huning Anwariningsih, ST, M.Kom. Selaku Wakil Rektor III Universitas Sahid Surakarta.
4. Bapak Sri Winarno SE, MH. Selaku Dosen Pembimbing I yang juga telah membantu menyelesaikan skripsi.
5. Ibu Destina Paningrum SE, MM. Selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah membantu menyelesaikan skripsi.
6. Ibu Rusnandari Retno C, SE. M.Si. Selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis yang tidak henti-hentinya selalu memberikan dukungan dan nasihat kepada penulis, agar segera menyelesaikan laporan skripsi dengan cepat dan tepat waktu.
7. Ibu Paramastu Titis Anggitya S.Sos, M.Ikom. Selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Komunikasi Universitas Sahid Surakarta.
8. Bapak Alm. Singo Dikromo dan Ibu Painem, Kakak Yohana Wanda Ratmini. Terima kasih atas seluruh kasih sayang, semangat, canda, do'a,

dan penguatan iman yang luar biasa menopang dan meneguhkan penulis.

9. Mas Joko Susilo yang selalu memberikan motivasi, dan semangat selama mengerjakan penyusunan laporan skripsi dari awal sampai akhir, sampai laporan skripsi ini selesai.
10. Mbak Elsie Husadawati dan Mbak Hanik Kuriyah yang selama proses pengerjaan dari awal sampai akhir, sampai laporan ini selesai. Serta selalu memberikan dukungan, dan semangat kepada penulis.
11. Titi Rochaningsih yang selama proses pengerjaan memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
12. Serta teman-teman mahasiswa yang telah memberikan bantuan, harapan, do'a, motivasi, semangat, dan saran-saran dalam penyusunan laporan skripsi ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa serta mendapatkan kebahagiaan. Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan laporan skripsi ini, baik dalam teknik penyajian materi maupun dalam pembahasannya.

Demi kesempurnaan laporan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis harapkan, semoga karya tulis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, Agustus 2016
Penulis

Sri Rati
NIM. 2012081003

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	6
2.2 Kerangka Pemikiran	40
2.3 Hipotesis	40
2.4 Definisi Konseptual	41
2.5 Definisi Operasional	42
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	43
3.2 Lokasi Penelitian	44
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	44

3.4 Teknik Pengumpulan Data	45
3.5 Validitas Data	46
3.6 Teknik Analisis Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian	55
4.2 Deskripsi Variabel Yang Diteliti	62
4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Nomer	Halaman
2.1 Gambar Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	10
2.2 Tahap-tahap diantara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	13
2.3 Gambar Kerangka Pemikiran	40
4.1 Uji Normalitas	75
4.2 Uji Heteroskedastisitas	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Kriteria Pengujian <i>Durbin-Watson</i> (DW test)	49
4.1 Jenis Kelamin	59
4.2 Jenis Pendidikan	60
4.3 Jenis Pekerjaan	61
4.4 Jenis Wilayah	62
4.5 Deskripsi Variabel <i>Segmenting</i>	63
4.6 Deskripsi Variabel <i>Targeting</i>	65
4.7 Deskripsi Variabel <i>Positioning</i>	67
4.8 Deskripsi Variabel Keputusan Membeli Produk	69
4.9 Uji Validitas Data	72
4.10 Uji Reliabilitas Data	74
4.11 Uji Multikolinieritas Data	76
4.12 Uji Autokorelasi Data	77
4.13 Uji <i>Durbin-Watson</i> (DW test)	77
4.14 Uji Regresi Linier Berganda	79
4.15 Uji F	81
4.16 Uji Koefisien Determinasi R^2	82

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Pembelian Produk Honda

Lampiran 2 Data Kuesioner

Lampiran 3 Lampiran Uji Validitas

Lampiran 4 Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

Lampiran 5 Surat Penunjukkan Pembimbing Skripsi

Lampiran 6 Surat Melakukan Ijin Penelitian

Lampiran 7 Undangan Ujian Skripsi

Lampiran 8 Buku Konsultasi Skripsi