

631

**LAPORAN PENELITIAN  
DOSEN MUDA**



**ANALISIS SEGMENTASI PASAR, POSITIONING DAN FAKTOR-  
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN  
PT. PLN (PERSERO) DI WILAYAH PEMASARAN  
KABUPATEN JEMBER**

*Oleh:*

**CHAIRUL SALEH, SE, M.Si  
SITI ALIYATI ALBUSHAIRI, SE, M.Si**

**DIBIYAI OLEH DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI  
DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
NOMOR: 008/SP2H/PP/DP2M/III/2007**

**2008**

**2007**

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS JEMBER  
NOVEMBER 2007**

# LAPORAN PENELITIAN

DOSEN MUDA



TIDAK DIPINJAMKAN KELUAR

## ANALISIS SEGMENTASI PASAR, POSITIONING DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN PT. PLN (PERSERO) DI WILAYAH PEMASARAN KABUPATEN JEMBER

ASAL	: HADIAH / PEMBELIAN	K L A S
TERIMA	: TGL.	
NO INDUK	:	

Oleh:

**CHAIRUL SALEH, SE, M.Si**  
**SITI ALIYATI ALBUSHAIRI, SE, M.Si**

DIBIYAI OLEH DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI  
DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
NOMOR: 008/SP2H/PP/DP2M/III/2007

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN**  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**NOVEMBER 2007**

## HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR

1. Judul Penelitian : Analisis Segmentasi Pasar, Positioning, dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) Di Wilayah Pemasaran Kabupaten Jember
2. Ketua Peneliti
- a. Nama Lengkap : Chairul Saleh, SE, M.Si
  - b. Jenis Kelamin : L
  - c. NIP : 132 240 148
  - d. Pangkat/Golongan : Penata Muda Tk. I / IIIb
  - e. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
  - f. Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen
  - g. Perguruan Tinggi : Universitas Jember
  - h. Pusat Penelitian : -
3. Jumlah Tim Peneliti : 1 (satu) orang
4. Lokasi Penelitian : PT. PLN (Persero) Wilayah Pemasaran Jember
5. Kerja Sama dengan Institusi Lain
- a. Nama Instansi : -
  - b. Alamat : -
6. Masa Penelitian : 8 (delapan) bulan
7. Biaya yang Diperlukan : Rp. 9.000.000,- (Sembilan Juta Rupiah)



Jember, 7 November 2007  
Ketua Peneliti,

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember

**Prof. DR. H. Sarwedi, MM**  
NIP. 131 276 658

**Chairul Saleh, SE, M.Si**  
NIP. 132 240 148

Menyetujui,  
Ketua Lembaga Penelitian  
Universitas Jember



**Prof. Drs. Kusno, DEA, Ph.D**  
NIP. 131 592 357

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui segmentasi pasar, positioning, persepsi masyarakat terhadap kinerja produk perusahaan, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan serta struktur dimensi kualitas dan keandalan produk perusahaan. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Faktor dan BiPlot.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *pertama* segmen pasar terbesar dari pelanggan rumah tangga berdasarkan demografi, psikografis dan perilaku adalah pelanggan yang usia respondennya 40 tahun ke atas, sudah menikah, jumlah anak 1-2 orang, berpendidikan SMA dan Sarjana, berpendapatan Rp.1.000.000,- sampai Rp 1.499.999,-; status kepemilikan rumah sendiri, tipe bangunan rumah permanen, tipe rumah di atas T.100; lamanya menjadi pelanggan 10 tahun ke atas.; pelanggan merasa kesulitan hidup tanpa penerangan listrik; bangga dan senang memiliki penerangan listrik; pelanggan yang menyatakan pemakaian listrik sangat praktis; penerangan listrik cukup efisien; ketergantungan terhadap kebutuhan listrik tinggi; lebih aman. *Kedua*; faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah perilaku dan sikap karyawan, valensi, tarif dan hemat listrik, keahlian dan kesan layanan, waktu tunggu, manfaat, promosi. gaya hidup, hobi dan sosial. *Ketiga*, struktur dimensi kualitas layanan dan keandalan sistem pemasaran produk perusahaan meliputi perilaku dan sikap, valensi, keahlian, waktu tunggu, dan sosial. *Keempat*, persepsi pelanggan terhadap kinerja perusahaan dapat dipetakan berdasarkan faktor pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan rata-rata pemakaian watt per bulan. Analisis Bi plot dari berbagai segmen demografi berkaitan dengan kesepuluh atribut atau faktor yang terbentuk menunjukkan bahwa persepsi pelanggan berpendidikan dan berpendapatan tinggi terhadap kinerja perusahaan adalah baik berdasarkan faktor perilaku dan sikap karyawan, implikasinya pada kepuasan pelanggan.

(Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Jember, Dibiayai oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Departemen Pendidikan Nasional Nomor: 008/SP2H/PP/DP2M/III/2007)



## SUMMARY

This research aim to know the market segmentation, positioning, society perception to performance of company product, factors influencing customer's satisfaction and structure of dimension of quality and reliability of company product. Factors analyses and BiPlot is used.

Result of research indicate that, first, the biggest market segment from customers of domestic pursuant to demography, psychographic and behavior are customers which its responden have over 40 year age, have married, child amount 1-2 people, education of SMA and Master, earning Rp.1.000.000,- until Rp 1.499.999,-; status of ownership of house by itself, permanent house building type, above house T.100 type; duration become the customers over 10 year; customers feel the difficulty live without electrics lighting; proud and like to own the electrics lighting; expressing electrics usage very practical; efficient electrics lighting enough; depending to high electrics requirement; more peaceful. Second; factors influencing customer's satisfaction are behavior and employee's attitude, valence, tariff and economize the electrics, membership and service impression, lay time, benefit, promotion, life style, hobby and social. Third, dimension structure of service quality and reliability of system of company product marketing cover the behavior and attitude, valence, membership, lay time, and social. Fourth, customer's perception to company performance can be mapped by pursuant to education factor, work, earnings and mean of watt usage per month. Analyses the Bi plot from various demography segment go together the tenth attribute or factor formed indicate that customers perception have education and have high earning to company performance are goodness pursuant to behavioral factor and employees attitude, its implication at customer's satisfaction.

(Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Jember, Dibiayai oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Departemen Pendidikan Nasional Nomor: 008/SP2H/PP/DP2M/III/2007)

