



**SEGMENT PASAR PASTA GIGI BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI
WILAYAH PERKOTAAN KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Oleh

Dinny Nurrizki

NIM 080810201111

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012



**SEGMENT PASAR PASTA GIGI BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI
WILAYAH PERKOTAAN KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

Dinny Nurriszki

NIM 080810201111

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

PERNYATAAN

Nama : Dinny Nurriszki
NIM : 080810201111
Jurusan : Manajemen
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Segmen Pasar Pasta Gigi Berdasarkan Atribut
Produk di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember , 16 September 2012

Yang Menyatakan,



Dinny Nurriszki

NIM. 080810201111

SKRIPSI

**SEGMENT PASAR PASTA GIGI BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI
WILAYAH PERKOTAAN KABUPATEN JEMBER**

Oleh

Dinny Nurriszki

NIM 080810201111

Pembimbing

Dosen Pembimbing I : Drs. Adi Prasodjo, MP

Dosen Pembimbing II : Dr. Handriyono, M.Si

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Segmen Pasar Pasta Gigi Berdasarkan Atribut Produk
di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember
Nama : Dinny Nurrizki
NIM : 080810201111
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Adi Prasodjo, MP

NIP. 19550516 198703 1 011

Dr. Handriyono, M.Si

NIP. 19620802 199002 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si

NIP. 19661020 199002 2 001

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

**SEGMENT PASAR PASTA GIGI BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI
WILAYAH PERKOTAAN KABUPATEN JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Dinny Nurriszki
NIM : 080810201111
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal :

1 Oktober 2012

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dr. M. Dimyati, SE, M.Si :
NIP. 19670421 199403 1 008
Sekretaris : Dr. Handriyono, M.Si :
NIP. 19620802 199002 1 001
Anggota : Drs. Adi Prasodjo, MP :
NIP. 19550516 198703 1 011

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,



Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc
NIP. 19560831 198403 1 002

PERSEMBAHAN

Karya ini merupakan sebagian dari rangkaian proses yang masih panjang. Atas berkah dan rahmat Allah SWT, serta doa dari orang-orang tersayang karya ini dapat terselesaikan.

Dengan rasa syukur dan tulus hati saya persembahkan karya ini kepada :

1. Ayah dan ibu tercinta, yang tiada henti mencurahkan kasih sayangnya dan selalu mendoakan yang terbaik untukku.
2. Adikku, Ditta Nur Magviroh yang selalu menghibur dan menemaniku.
3. Teman-teman dekatku yang selalu memberi masukan dan membantu penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Almamaterku Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang selalu kubanggakan.

MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak mengubah nasib suatu kaum,
Sebelum kaum itu merubah nasib mereka sendiri.

(QS. Ar -Rad :11)

"Orang-orang yang berhenti belajar akan menjadi
pemilik masa lalu. Orang-orang yang masih terus
belajar, akan menjadi pemilik masa depan"

(Mario Teguh)

"sukses sering kali datang pada mereka yang
Berani bertindak, dan jarang menghampiri penakut
Yang tidak berani mengambil konsekuensi".

(Jawaharlal Nehru)

ABSTRAK

Segmen pasar pasta gigi membagi pasar berdasarkan variabel atribut produk, variabel atribut produk tersebut terdiri dari harga, kemasan, merek, kandungan *floride*, kandungan *whitening*, segar, bersih, dan sehat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui segmen pasar pasta gigi berdasarkan atribut produk di wilayah perkotaan Kabupaten Jember dengan menggunakan tehnik analisis klaster. Pada penelitian ini responden yang diambil sebanyak 80 responden. Berdasarkan hasil analisis klaster menunjukkan bahwa segmen pasar pasta gigi berdasarkan atribut produk menghasilkan tiga klaster. Klaster pertama yaitu “klaster bersih” yang beranggotakan pasta gigi Pepsodent dan Ciptadent, klaster kedua yaitu “klaster merek” yang beranggotakan pasta gigi Formula, dan pada klaster ketiga yaitu “klaster harga” yang beranggotakan pasta gigi Close Up dan Sensodyne.

Kata kunci : Segmen pasar, Atribut produk

ABSTRACT

Toothpaste market segments market share based on the variable product attributes, product attributes variable consists of pricing, packaging, branding, content of fluoride, whitening content, fresh, clean, and healthy. This study aims to determine the toothpaste market segments berdasarkan product attributes in urban areas Jember using cluster analysis techniques. In this study, respondents were taken by 80 respondents. Based on the results of cluster analysis indicate that pasa toothpaste segment by product attributes generates three clusters. The first cluster is "clean cluster" consisting of Pepsodent toothpaste and Ciptadent, a second cluster of "cluster" brand toothpaste comprising Formula, and the third cluster of "clusters price" consisting of Close Up toothpaste and Sensodyne.

Keywords : market segments, product attributes

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkah dan rahmatNya, serta memeberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Segmen Pasar Pasta Gigi Berdasarkan Atribut Produk di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember”

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr. H. Isti Fadah, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Bapak Drs. Adi Prasodjo, MP selaku Dosen Pembimbing Utama yang dengan penuh kesungguhan, perhatian dan kesabaran dalam memberikan semangat, bimbingan, dan saran hingga dapat terselesainya penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Handriyono, M.Si selaku pembimbing II yang dengan segenap perhatian dan kesabarannya telah memberikan semangat, bimbingan, dan saran hingga dapat terselesainya penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini.
6. Ayah Susanto dan Ibu Henny tercinta yang selalu memberikan kasih sayang sampai aku tumbuh dewasa, terima kasih banyak telah memberikan dukungan baik material maupun spiritual, dan selalu mendoakan yang terbaik untukku.
7. Adikku satu-satunya, “Ditta Nur Magviroh” yang selalu menghiburku dengan menemaniku.
8. Teman-teman dekatku, ”Daniar dan Kias” yang selalu mendengarkan curhatku dan membantu disaat ku membutuhkan kalian.
9. Teman- teman kost J-48 “Nirma, Rani, Selvi, Dewi, Aini, Gina, Yasi, Irma” terima kasih atas bantuannya selama ini.
10. Teman-teman Manajemen Reguler 2008.
11. Kepada semua pihak yang tak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini. Terakhir penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jember, 21 September 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
PRAKATA	xi
DARTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1. Tujuan Penelitian	4
1.3.2. Manfaat Penelitian	4
2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Landasan Teori	5
2.1.1. Konsep Segmentasi Pasar, Target Pasar, dan <i>Positioning</i>	5
2.1.2. Segmentasi Pasar	6
2.1.3. Produk dan Atributnya	13
2.2. Kajian Empiris	17
2.3. Kerangka Konseptual	19

3. METODE PENELITIAN	21
3.1. Rancangan Penelitian	21
3.2. Jenis dan Sumber Data	21
3.3. Metode Pengumpulan Data	22
3.4. Metode Penentuan Sampel	22
3.5. Identifikasi variabel	24
3.6. Definisi Operasional Variabel	24
3.7. Teknik Pengukuran	25
3.8. Pengujian Instrumen	26
3.7.1 Uji Validitas	26
3.7.2 Uji Reliabilitas	27
3.9. Metode Analisis Data	27
3.10. Kerangka Pemecahan Masalah	31
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Gambaran Umum Wilayah dan Objek Penelitian	33
4.1.1 Gambaran Kabupaten Jember	33
4.1.2 Gambaran Umum Produk Pasta Gigi	36
4.2. Karakteristik Responden	39
4.3. Hasil Pengujian Instrumen	41
4.3.1 Uji Validitas	41
4.3.2 Uji Reliabilitas	42
4.4. Hasil Analisis Klaster	42
4.5. Pembahasan	49
5. PENUTUP	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Rincian Keterangan Jumlah Penduduk perkotaan Kabupaten Jember	23
Tabel 3.2 Rincian Perhitungan Sampel	23
Tabel 3.3 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Reliabilitas (Alpha)	27
Tabel 4.1 Jumlah responden Berdasarkan umur	39
Tabel 4.2 Jumlah Responden berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4 Jumlah Responden Terhadap Pemilihan Merek Pasta Gigi	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Untuk Mengetahui segmen Pasar Pasta Gigi Berdasarkan Atribut Produk	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Untuk Mengetahui Segmen Pasar Pasta Gigi Berdasarkan Atribut Produk	42
Tabel 4.7 ANOVA	43
Tabel 4.8 <i>Final Cluster Center</i>	44
Tabel 4.9 <i>Number Of Cases in Each Cluster</i>	45
Tabel 4.10 <i>Agglomeration Schedule</i>	46
Tabel 4.11 Hasil Pengelompokan Objek Berdasarkan Tingkat Kemiripan	47
Tabel 4.12 Kelompok Pasta Gigi	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Segmentasi Pasar, Target Pasar, dan Positioning	6
Gambar 2.2 Konsep Produk Total	14
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian Segmen Pasar	20
Gambar 3.1 Langkah-langkah Analisis Klaster	28
Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	31
Gambar 4.1 Dendogram	48

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabel Perbedaan Peneliti Terdahulu Dengan Peneliti Sekarang
- Lampiran 3 Jawaban Kuesioner Untuk Mengetahui Segmen Pasar Pasta Gigi
- Lampiran 4 Uji Instrumen Untuk Mengetahui Segmen Pasar Pasta Gigi
Berdasarkan Atribut Produk
- Lampiran 5 K-Means Cluster
- Lampiran 6 Hierarki Cluster