



**ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK SHAMPO  
DI KABUPATEN JEMBER**

THE ANALYSIS ON THE MARKET SEGMENTATION OF THE  
SHAMPOO PRODUCTS IN JEMBER REGENCY

**SKRIPSI**

Oleh

**Tita Puspitasari**  
**NIM.100810201218**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**



# **ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK SHAMPO DI KABUPATEN JEMBER**

THE ANALYSIS ON THE MARKET SEGMENTATION OF THE  
SHAMPOO PRODUCTS IN JEMBER REGENCY

## **SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh

Tita Puspitasari

NIM.100810201218

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Tita Puspitasari  
Nim : 100810201218  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK SHAMPO DI  
KABUPATEN JEMBER

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan atas kebenaran isinya sesuai dengan aturan penulisan karya ilmiah yang berlaku.

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

Jember, 20 Mei 2013

Yang menyatakan,

Tita Puspitasari  
NIM.100810201218

## TANDA PERSETUJUAN

Judul skripsi : ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK SHAMPO  
DI KABUPATEN JEMBER  
Nama mahasiswa : Tita Puspitasari  
NIM : 100810201218  
Jurusan : Manajemen  
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran  
Disetujui Tanggal : 15 Mei 2013

Dosen Pembimbing I



Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM  
NIP. 19600413 198602 1 002

Dosen Pembimbing II



Drs. Ketut Indraningrat, M.Si  
NIP. 19610710 198902 1 002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si  
NIP. 19661020 1990002 2 001

## JUDUL SKRIPSI

### ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK SHAMPO DI KABUPATEN JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**Nama : Tita Puspitasari**

**Nim : 100810201218**

**Jurusan : Manajemen**

telah dipertahankan didepan tim penguji pada tanggal :

30 Mei 2013

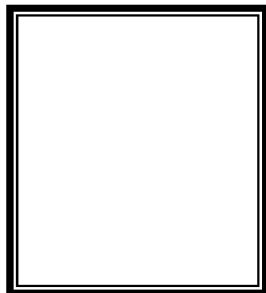
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

### SUSUNAN TIM PENGUJI

**Ketua : Drs. Sriono, MM : (.....)**  
**NIP. 19561031 198603 1 001**

**Sekretaris : Drs. Ketut Indraningrat, M.Si : (.....)**  
**NIP. 19610710 198902 1 002**

**Anggota : Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM : (.....)**  
**NIP. 19600413 198602 1 002**



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si  
NIP. 19630614 199002 1 001

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- ❖ (Almarhum) Ayah dan Ibu tercinta, terima kasih atas do'a, kasih sayang, bimbingan, dan dukungan yang selama ini engkau curahkan untuk masa depanku.
- ❖ Kakakku dan Adikku tersayang, terima kasih selalu memberikan semangat serta dukungan selama ini.
- ❖ Keluarga besarku yang juga turut membantu, memberi support, dan do'a.
- ❖ Semua dosen yang telah ikhlas memberikan ilmu, bimbingan nasehat dan do'a. Dan juga bagi para staf yang turut membantu.
- ❖ Untuk seseorang yang sangat Kucintai yang telah membantu, memberi dukungan tanpa lelah, dan do'a selama ini dalam susah maupun senang.
- ❖ Buat temen-temen aku terima kasih untuk semangatnya.
- ❖ Almamaterku tercinta tempat aku menimba ilmu Universitas Jember

## MOTTO

*Sikap Disiplin merupakan kunci kesuksesan dalam meraih cita-cita,  
Tanamlah jiwa kita sehari-hari dengan sikap disiplin*

*Yang penting bukan berapa kali kita gagal,  
tapi yang penting berapa kali kita bangkit dari kegagalan  
(Abraham Lincoln)*

*Percaya dan yakin pada diri sendiri,  
hanya itu resep paling manjur untuk menaklukkan hidup.  
(Johan Wolfgang Von Goethe)*

*Kerjakanlah pekerjaan yang membawa berkah bagimu  
dan orang yang kamu cintai*

## ABSTRAKSI

**Analisis Segmentasi Pasar Produk Shampo Di Kabupaten Jember;** Tita Puspitasari; 100810201218; 2013; 56 halaman; Jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Setiap perusahaan shampo berusaha mengungguli perusahaan shampo yang lain dengan melaksanakan program pemasaran yang efektif. Persaingan yang ketat antar perusahaan shampo ini menimbulkan strategi segmentasi konsumen yang berbeda pada setiap perusahaan. Strategi memenangkan persaingan perusahaan harus melakukan segmentasi pasar, dengan melakukan segmentasi perusahaan dapat mengetahui segmen-segmen mana yang perlu mendapatkan pelayanan khusus sehingga diharapkan perusahaan dapat melayani konsumen lebih baik lagi dan dapat memperbaiki posisi kompetitif perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis segmen pasar shampo berdasarkan atribut produk di Kabupaten Jember serta untuk mengetahui merek shampo apa saja yang ada pada masing-masing segmen pasar produk shampo di Kabupaten Jember.

Penelitian ini dilakukan dengan memilih responden yang berdomisili di wilayah Kabupaten Jember dengan umur minimal 17 tahun, dengan asumsi pada usia tersebut konsumen dapat mengambil keputusan berdasarkan pertimbangan sendiri dan yang telah menggunakan salah satu shampo merek Sunsilk, Dove, Pantene, Clear, dan Rejoice. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer tersebut diperoleh dari hasil wawancara dengan menggunakan kuesioner kepada 90 responden ditentukan dengan menggunakan teknik *stratified random sampling* artinya teknik pengambilan sampel dengan membagi kelompok populasi menjadi beberapa subkelompok berdasarkan kriteria yang berhubungan dengan variabel dalam penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis *Cluster* untuk mengelompokkan objek (responden, konsumen, produk, dan lain-lain) menjadi lebih sedikit dan menamakannya sebagai *Cluster*.

Segmen pasar shampo berdasarkan atribut produk di Kabupaten Jember adalah terbentuk menjadi 3 *cluster*, yaitu *cluster* 1 adalah responden yang mementingkan atribut aroma dan lembut. Agar dapat mencerminkan atribut-atribut tersebut maka *cluster* 1 sebanyak 36 orang (40%) diberi nama “*Cluster* Kelembutan”. *Cluster* 2 sebanyak 23 orang (25,6%) adalah responden yang mementingkan atribut harga, merek, busa dan warna. Agar dapat mencerminkan atribut-atribut tersebut maka *cluster* 2 diberi nama “*Cluster* Produk”. *Cluster* 3 sebanyak 31 orang (34,4%) adalah responden yang mementingkan atribut kemasan, bersih dan kental. Agar dapat mencerminkan atribut-atribut tersebut maka *cluster* 3 diberi nama “*Cluster* Keunggulan”. Dari hasil analisis dapat dinyatakan bahwa responden lebih banyak melihat atribut kelembutan (aroma dan lembut) dalam menentukan pembelian produk shampo. Merek shampo yang ada pada masing-masing segmen pasar di Kabupaten Jember adalah kelompok 1 meliputi terdiri dari Dove, Rejoice dan Pantene. Kelompok 2 adalah shampo Clear. Dan kelompok 3 adalah Sunsilk.



## ABSTRACT

**The Analysis on The Market Segmentation of The Shampoo Products in Jember Regency;** Tita Puspitasari; 100810201218; 2013; 56 pages; Management Department; Faculty of Economics Studies University Of Jember

Every shampoo company has been trying to outrival its competitors by employing the effective marketing strategies. The fierce competition among these shampoo companies has created a distinguished customer segmentation strategies utilized by each company. In the attempt of winning the competition, each company must perform the market segmentation activity in order to find out which segments may require special treatments to improve the competitive advantage of the company as well as to improve the service to customers in general. This research was intended for analyzing the market segmentation of the shampoo products in Jember Regency as well as to find out brand(s) of the shampoo in each segment of the shampoo market in Jember Regency.

This research was conducted by selecting the respondents who themselves were the residents of Jember Regency with minimum age of 17 years, assuming that customers of that age were able to make up their own minds and had used any of these following brands: Sunsilk, Dove, Pantene, Clear, and Rejoice. The data used in this research was the primary data which was obtained from the result of the interview by employing questionnaire extension to 90 respondents. The sample of this research was determined using the stratified random sampling technique, which meant that the population group was divided in several sub-groups based on the criteria associated with the variables of the research. The analysis method used in this research was Cluster Analysis and was employed for grouping the objects (respondents, customers, products, etc.) of this research into smaller number and identifying them as the clusters.

There were 3 clusters of the shampoo market segmentation in Jember based on the attribute of the products, namely: cluster 1 including the respondents who preferred the attribute of aroma and softness. To reflect the attributes, this cluster was referred to as the 'softness' cluster, numbering 36 individuals (40%). Cluster 2, with 23 individuals (25,6%) who themselves preferred price, brand, foam and, color, was identified as the 'product' cluster. Cluster 3 was represented by 31 (34,4%) respondents. Identified as the 'superiority' cluster, this sub-group belonged to the individuals who preferred packaging, cleanliness, and thickness. Based on the results of the analysis, it was found that more numbers of respondents preferred the 'softness' (aroma and softness) attribute when buying the shampoo products. Regarding the shampoo brands in each market segmentation, cluster 1 registered Dove, Rejoice and, Pantene. Meanwhile, cluster 2 was represented by Clear, leaving Sunsilk as the sole ambassador of cluster 3, respectively.

## **PRAKATA**

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas segala rahmat, hidayah dan karuniaNya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Segmentasi Pasar Produk Shampo Di Kabupaten Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan dari pada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan. Dalam penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si selaku Ketua Program Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
4. Drs. Ketut Indraningrat, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, perhatian, pengarahan serta saran sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
6. Kedua orang tuaku (Almarhum) Bapak Bukat dan Ibu Siti Mariyam, yang telah memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan dan do'anya selama ini demi terselesaikannya skripsi ini.

7. Kakakku tercinta Eko Hadi Prayitno. Terimakasih atas kasih sayang, dukungan serta do'anya dalam memberi perhatian dan bantuannya yang telah diberikan untuk penulis selama ini.
8. Adikku tersayang Ardi Tri Wardana. Terimakasih sudah memberikan kasih sayang dan perhatiannya untuk penulis selama ini.
9. Seseorang yang kucintai Dian Firdausi Pradana. Terimakasih sudah memberikan dukungan, do'a, perhatian dan tidak lelah untuk memberikan saran kepada penulis selama ini.
10. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen angkatan 2010 khususnya Rittoh Mafidayana, Tyties Purbaningsih, dan Vyrunica Hardi. Terimakasih selalu memberikan bantuan dan tidak pernah lelah menemani penulis sehingga Skripsi ini bisa terselesaikan dengan cepat.
11. Adik-adik Kostku yang rame, Tanti dan Diah. Terimakasih sudah menemani disaat sunyi, sepi, senyapnya di malam hari saat penulisan Skripsi ini.
12. Seluruh pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dorongan semangat yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 20 Mei 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Pemasaran .....	7
2.1.2 Segmenting, Targeting, Positioning .....	8
2.1.3 Segmentasi Pasar .....	10
2.1.4 Syarat-syarat Segmentasi .....	14
2.1.5 Segmentasi Pasar Atas Atribut Produk .....	15
2.2 Penelitian Terdahulu .....	19
2.3 Kerangka Konseptual .....	22

<b>BAB 3 METODE ANALISIS DATA .....</b>	<b>24</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	24
3.2 Sumber Data .....	24
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	24
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	25
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Teknik Pengukuran .....	25
3.5.1 Definisi Operasional Variabel .....	25
3.5.2 Teknik Pengukuran .....	27
3.6 Pengujian Instrumen .....	28
3.6.1 Uji Validitas .....	28
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	28
3.7 Metode Analisis Data .....	29
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah .....	33
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1 Gambaran Umum Wilayah Kota Jember .....	35
4.1.1 Kondisi Geografi .....	35
4.1.2 Kondisi Demografi .....	36
4.2 Gambaran Umum Produk Segmentasi .....	38
4.3 Karakteristik Responden .....	44
4.4 Hasil Analisis Data .....	45
4.4.1 Hasil Uji Instrument .....	45
4.4.2 Hasil Analisis Cluster .....	46
4.4.2.1 K-Means Cluster .....	47
4.4.2.2 Hierarki Cluster .....	49
4.5 Pembahasan .....	52
4.5.1 Segmen Pasar Shampo Berdasarkan Atribut Produk .....	52
4.5.2 Merek Produk Shampo Yang Ada Pada Masing-masing Segmen .....	54
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>56</b>
5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Saran .....	56

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	21
3.1 Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Reliabilitas .....	29
4.1 Kepadatan Penduduk Penduduk Hasil SP 2000-2012 .....	36
4.2 Jumlah dan Jenis Fasilitas Pendidikan Di Kota Jember Tahun 2010 .....	37
4.3 Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian Tahun 2010 .....	37
4.4 Sex Rasio Penduduk Hasil SP 2010 .....	38
4.5 Proporsi Pengguna Shampo Menurut Merek .....	44
4.6 Karakteristik Responden .....	45
4.7 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	46
4.8 Rekapitulasi ANOVA Pengujian Atribut Produk .....	47
4.9 Final Cluster Centers .....	48
4.10 Number of Cases in each Cluster .....	49
4.11 Agglomeration Schedule .....	50
4.12 Hasil Pengelompokan Objek Berdasarkan Tingkat Kemiripan .....	51
4.13 Kelompok Produk Shampo .....	51

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
1.1 Lima Shampo Yang Menguasai Segmen Pasar .....	3
2.1 Kerangka Konseptual .....	23
3.1 Prosedur Analisis Cluster .....	30
3.2 Kerangka Pemecahan Masalah .....	33
4.1 Dendogram .....	51
4.2 Cluster Shampo Di Jember .....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
1 Kuesioner .....	59
2 Karakteristik Responden .....	63
3 Uji Validitas .....	67
4 Uji Reliabilitas .....	69
5 Hasil Analisis K-Mean Cluster .....	70
6 Hasil Analisis Hierarki Cluster .....	72