



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG SEGMENTASI PASAR
PRODUK INDOSAT DI KOTA JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :

**Karimatus Sholihah
NIM 070810201134**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG SEGMENTASI PASAR
PRODUK INDOSAT DI KOTA JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh :

**Karimatus Sholihah
NIM 070810201134**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Karimatus Sholihah
NIM : 070810201134
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Faktor-faktor Pendukung Segmentasi Pasar Produk
Indosat di Kota Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 3 Oktober 2011
Yang menyatakan



KARIMATUS SHOLIHAH
NIM. 070810201134

JUDUL SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR SEGMENTASI PASAR PRODUK
INDOSAT DI KOTA JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : KARIMATUS SHOLIHAH

NIM : 070810201134

Jurusan : Manajemen Pemasaran

telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal :

3 Oktober 2011

dan dinyatakan telah mengikuti syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Deasy Wulandari, SE, M.Si :
NIP. 19730908 200003 2 001

Sekretaris : Drs. Sampeadi, MS. :
NIP. 19560404 198503 1 002

Anggota : Drs. H. Abdul Halim, M.Si :
NIP. 19501221 197801 1 001

Mengetahui/Menyetujui;
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi Dekan

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

HALAMAN PERSETUJUAN

NAMA : KARIMATUS SHOLIHAH
NIM : 070810201134
JURUSAN : Manajemen Pemasaran
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
JUDUL : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG
SEGMENTASI PASAR PRODUK INDOSAT DI KOTA
JEMBER

Jember, 8 September 2011

Telah disetujui oleh,

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Drs. H. Abdul Halim, M.Si
NIP.195012211978011001

Ika Barokah, SE, MM
NIP. 19780525 200312 2002

Ketua Jurusan,

Dr. Hj. Isti fadah, M.Si
NIP. 19661020 199002 2 001

PERSEMBAHAN

Karya tulis ini kupersembahkan kepada :

1. Orang tuaku khususnya ibunda tercinta Ibu Muawanah orang tuaku satu-satunya yang selalu memberikan do'a, kasih sayang, nasihat serta dukungan yang tiada henti sehingga aku bisa menyelesaikan studiku;
2. Kakakku satu-satunya Zainal yang selama ini telah memberikan dukungan, kasih sayang dan nasihat, terima kasih atas semuanya;
3. Orang yang selalu ada untukku disaat suka maupun duka terima kasih atas semua perhatian dan dukungannya selama ini;
4. Sahabat-sahabatku tersayang khususnya Ane' dan Jean yang selalu memberikan dukungan, senyum dan canda tawa selama ini dan selalu ada untukku dalam suka maupun duka, semuanya takkan pernah kulupakan;
5. Teman-teman dan sahabat-sahabat Manajemen 2007 khususnya Umi Wardani (Danik), Riris, Rosa, Bety terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya serta canda tawanya selama ini;
6. Almamaterku tercinta Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu dan pendidikan kepadaku.

MOTTO

Yakinlah segala sesuatu yang diplihkan oleh Allah SWT adalah yang terbaik untuk kita.

(Penulis)

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

(Mario Teguh)

Apabila anda berbuat kebaikan kepada orang lain, maka anda telah berbuat baik terhadap diri sendiri.

(Benyamin Franklin)

ABSTRACT

The research was entitled " Analisis Faktor-faktor pendukung segmentasi pasar produk Indosat ". The purpose of this research is to analyze the factors to be supporting Indosat product market segmentation based on product attributes and to determine Indosat existing product brands in each segment. The data used are primary data that is taken by way of distributing questionnaires to the respondents and secondary data obtained from the Internet, literature and research terdahulu.teknik purposive sampling sampling using a sample of as many as 80 people. Analysis tool used is cluster analysis with two methods namely K-Means Cluster and Cluster Hierarchy. Based on the results of cluster analysis with K-Mean Cluster method, obtained results that market segment Indosat product market in the town of Jember are three clusters, namely: cluster 1 is concerned with attributes of respondents who rate the phone, SMS and internet tariffs so that cluster 1 could be named "Cluster tariff "with the number of respondents as many as 30 people (37.5%), cluster 2 is concerned with respondents who attribute the signal strength and speed of access so that cluster 2 may be named" cluster Quality "by the number of respondents were 13 people (16.25%), cluster 3 is the respondents who are concerned with service attributes MMS, Video Call, and Balance Transfer so called "cluster feature / service" by the number of respondents as many as 37 people (46.25%). While cluster analysis using Cluster Hierarchies method obtained results that there are three groups of products Indosat namely: Group 1 includes brand Mentari and IM3, Matrix group 2 includes brand and group 3 includes brand StarOne. The grouping is based on the level of similarity between the products of Indosat.

Keywords : Market Segmentation

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-faktor Pendukung Segmentasi Pasar Produk Indosat di Kota Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusun skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan dari 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. Isti fadah, M.Si selaku ketua jurusan manajemen;
3. Bapak Drs. H. Abdul Halim, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan saran dalam penulisan skripsi ini;
4. Ibu Ika Barokah, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang juga telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan saran dalam penulisan skripsi ini;
5. Ibundaku tercinta dan kakakku satu-satunya yang selama ini telah memberikan banyak dukungan, nasihat dan do'a;
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan studi ini;
7. Semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta dan bagi pembaca.

Jember, 6 September 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Pengertian Pasar	5
2.1.2 Pengertian Konsep Pemasaran	5
2.1.3 Pengertian Segmentasi Pasar.....	6
2.1.4 Tujuan Segmentasi Pasar	7
2.1.5 Kriteria Dasar Pembentukan Segmentasi Pasar	8
2.1.6 Dasar-dasar Segmentasi Pasar.....	9
2.1.7 Segmentasi Pasar Atas Dasar Atribut Produk dan Langkah-langkah dalam Segmentasi Pasar	10

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kerangka Konseptual.....	16
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian.....	17
3.2 Populasi dan Sampel	17
3.2.1 Populasi	17
3.2.2 Sampel.....	17
3.3 Jenis dan Sumber Data	18
3.3.1 Jenis Data	18
3.3.2 Sumber Data.....	19
3.4 Metode Pengumpulan Data	19
3.5 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	20
3.5.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	20
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.6 Teknik Pengukuran Data.....	21
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	22
3.7.1 Uji Validitas	22
3.7.2 Uji Reliabilitas	23
3.8 Metode Analisis Data.....	23
3.8.1 Analisis Deskriptif	23
3.8.2 Analisis <i>Cluster</i>	24
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah.....	28
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Wilayah Kota Jember	30
4.2 Gambaran Umum Produk Indosat	32
4.2.1 Produk Indosat Merek Mentari	32
4.2.2 Produk Indosat Merek IM3	33
4.2.3 Produk Indosat Merek StarOne	35
4.2.4 Produk Indosat Merek Matrix	36
4.3 Hasil Analisis Data.....	37
4.3.1 Karakteristik Responden	37

4.3.2 Hasil Pengujian Instrumen	40
4.3.3 Hasil Analisis Deskriptif	42
4.3.4 Hasil Analisis <i>Cluster</i>	49
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	54
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	15
Tabel 3.1 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Reliabilitas (Alpha).....	23
Tabel 4.1 Tarif yang Berlaku pada Produk Mentari.....	33
Tabel 4.2 Ketentuan Waktu Gratis ke Semua Operator	34
Tabel 4.3 Ketentuan Waktu Gratis Facebook dan Twitter	35
Tabel 4.4 Tarif Paket StarOne Ngorbit.....	36
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.7 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.8 Jumlah Responden Berdasarkan Proporsi Pengguna Produk Indosat	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Indikator Tarif Telpon	42
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Indikator Tarif SMS.....	43
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Indikator Tarif Internet	43
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Indikator Kekuatan Signal	44
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Indikator Kecepatan Akses	44
Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Indikator Layanan MMS.....	45
Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Indikator Layanan Video Call.....	45
Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi Indikator Layanan Transfer Pulsa.....	46
Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi Indikator Tarif Telpon	46
Tabel 4.20 Distribusi Frekuensi Indikator Tarif SMS.....	47
Tabel 4.21 Distribusi Frekuensi Indikator Tarif Internet	47
Tabel 4.22 Distribusi Frekuensi Indikator Kekuatan Signal	47
Tabel 4.23 Distribusi Frekuensi Indikator Kecepatan Akses	48
Tabel 4.24 Distribusi Frekuensi Indikator Layanan MMS.....	48
Tabel 4.25 Distribusi Frekuensi Indikator Layanan Video Call.....	49

Tabel 4.26	Distribusi Frekuensi Indikator Layanan Transfer Pulsa.....	49
Tabel 4.27	Output ANOVA Pengujian Variabel Atribut Produk.....	50
Tabel 4.28	<i>Final Cluster Center</i>	51
Tabel 4.29	<i>Number of Case in Each Cluster</i>	52
Tabel 4.30	<i>Agglomeration Schedule</i>	53
Tabel 4.31	Hasil Pengelompokan Objek Berdasarkan Tingkat Kemiripan ...	54
Tabel 4.32	Kelompok Produk Indosat.....	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian Segmentasi Pasar.....	16
Gambar 3.1 Langkah-langkah Analisis <i>Cluster</i>	25
Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	28
Gambar 4.1 Dendogram.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner.....	63
Lampiran 2	Jawaban Kuisisioner Untuk Mengetahui Segmen Pasar Produk Indosat di Kota Jember Berdasarkan Atribut Produk	67
Lampiran 3	Jawaban Kuisisioner Untuk Mengetahui Merek Produk Indosat di Kota Jember Pada Masing-Masing Segmen	69
Lampiran 4	Uji Instrumen Untuk Mengetahui Segmen Pasar Produk Indosat di Kota Jember Berdasarkan Atribut Produk	71
Lampiran 5	Uji Instrumen Untuk Mengetahui Merek Produk Indosat di Kota Jember Pada Masing-Masing Segmen	73
Lampiran 6	Distribusi Frekuensi Jawaban	75
Lampiran 7	Distribusi Frekuensi Jawaban	77
Lampiran 8	Hasil Analisis <i>K-Mean Cluster</i>	79
Lampiran 9	Hasil Analisis <i>Hierarki Cluster</i>	81