



**ANALISIS SEGMENTASI PASAR PADA RESTORAN CEPAT SAJI DI  
WILAYAH KOTA JEMBER**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**ANA KARDITA MARLIA P**  
**NIM : 050810201051**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2010**



**ANALISIS SEGMENTASI PASAR PADA RESTORAN CEPAT SAJI DI  
WILAYAH 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 :**

**ANA KARDITA MARLIA P**  
**NIM : 050810201051**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**2010**

**2**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Keluarga yang selama ini telah memberikan didikan, dorongan, dan teladan hidup;
2. Bhie, ojek mondar-mandir (itung-itung pahala) meskipun ngomel thank for everything (sekali-sekali bikin beda perut sama tangki motor);
3. Cha, buat kesabaran tunggu di ruang pesakitan (lumayan kan buat pengalaman);
4. Sahabat-sahabat Ijo Tomat terima kasih atas dukungan, semangat, canda tawa, dan kebersamaannya selama ini (meskipun kadang GeJe yang diomongin);
5. Surya, Felix, Martha thank for sharingnya, thank buat pengalaman selama ini (kapan kurusnya sur???). Miss you all.
6. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.

## **MOTTO**

Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.

*(Al-Mujadilah ayat 11)*

Semua kebenaran melewati tiga tahapan. Pertama adalah ejekan. Kedua, melawan ejekan itu dengan kuat dan terakhir adalah menerima bukti kebenaran itu.

*(Arthur Schopenhauer)*

Tiada suatu usaha yang besar akan berhasil tanpa dimulai dari usaha yang kecil.

*(Joeniarto)*

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

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Ana Kardita Marlia Prastiwi  
NIM : 050810201051  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : **ANALISIS SEGMENTASI PASAR PADA  
RESTORAN CEPAT SAJI DI WILAYAH KOTA  
JEMBER**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya. Apabila 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 buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Jember, 22 Oktober 2010

Yang menyatakan,

**ANA KARDITA MARLIA.P**  
**NIM. 050810201051**

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **ANALISIS SEGMENTASI PASAR PADA  
RESTORAN CEPAT SAJI DI WILAYAH  
KOTA JEMBER**

Nama Mahasiswa : Ana Kardita Marlia Prastiwi

NIM : 050810201051

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

**Prof.Dr.H.R. Andi Sularso, MSM**  
NIP. 19600 4131 98603 1 002

**Ika Barokah,SE.MM**  
NIP. 19780 5252 0031 2 002

Ketua Jurusan Manajemen

**Dra.Hj.Diah Yulisetiari, M.Si**  
NIP. 19610729 198603 2 001

**JUDUL SKRIPSI**  
**ANALISIS SEGMENTASI PASAR PADA RESTORAN**  
**CEPAT SAJI DI WILAYAH KOTA JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : ANA KARDITA MARLIA PRASTIWI

NIM : 050810201051

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

29 Oktober 2010

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dra. Hj.Diah Yulisetiari, M.Si : .....  
NIP. 19610729 198603 2 001

Sekretaris : Prof.Dr.H.R. Andi Sularso, MSM : .....  
NIP. 19600413 198603 1 002

Anggota : Ika Barokah,SE.MM : .....  
NIP. 19780 5252 0031 2 002

Mengetahui ;  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

Prof. Dr. Moh.Saleh, M.Sc  
NIP. 19560831 198403 100 2

## ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “**ANALISIS SEGMENTASI PASAR PADA RESTORAN CEPAT SAJI DI WILAYAH KOTA JEMBER**”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui segmentasi pasar restoran cepat saji di wilayah kota Jember. Restoran cepat saji yang menjadi tujuan penelitian ialah KFC (*Kentucky Fried Chicken*), CFC (*California Fried Chicken*), *Pizza Hut*, *Quick Chicken*, Gama Ayam Goreng dan *Steak*. Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil dari kuesioner pada responden, yaitu masyarakat yang pernah mengunjungi restoran cepat saji yang menjadi objek penelitian dan berdomisili di wilayah kota Jember khususnya Kecamatan Sumpalsari, Kecamatan Patrang dan Kecamatan Kaliwates. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Alat analisis yang digunakan adalah alat analisis pengujian instrumen yaitu uji validitas metode *pearson product moment*, uji reliabilitas menggunakan *Cronbach’s Alpha* yang dilanjutkan dengan analisis statistik yaitu *Cluster Analysis*. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis Klaster bahwa konsumen restoran cepat saji di wilayah kota Jember dapat dibagi menjadi 5 segmen, dimana setiap segmen memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Tiap restoran cepat saji tidak hanya dikunjungi oleh satu segmen saja. Kelima segmen memiliki perbedaan profil dan perilaku sehingga berpengaruh pada pilihan konsumen pada salah satu restoran.

**Kata Kunci** : Segmentasi pasar, restoran cepat saji.



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan anugerah-Nya yang tiada hentinya dilimpahkan kepada umat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Pelaksanaan dan penulisan skripsi tidak lepas dari bantuan dan kerja sama dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segenap kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember beserta staf edukatif dan administrasi;
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiari, M.Si selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
3. Bapak Prof.Dr.H.R. Andi Sularso, MSM selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
4. Ibu Ika Barokah, SE.MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini;
5. Seluruh staf dan karyawan Universitas Jember;
6. Kedua orang tua kami, terima kasih atas do'a, kasih sayang, serta dukungannya;
7. Teman-teman mahasiswa S-1 Manajemen Angkatan 2005, terima kasih kasih atas semangatnya;

8. Almamater tercinta;
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu terselesainya penulisan skripsi ini.

Jember, Oktober 2010

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	4
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	4
1.4 Batasan Masalah .....	4
<b>BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Empiris .....	5
2.2 Kajian Teoritis.....	7
2.2.1 Segmentasi Pasar (Market Segmentation) .....	7
2.2.2 Segmentasi Pasar Atas Dasar Atribut Produk dan Langkah-Langkah dalam Segmentasi Pasar .....	13
2.2.3 Tiga Strategi dalam Menyeleksi Pasar Sasaran .....	17
2.2.4 VALSR ( <i>Value and Lifestyle System Research</i> ) .....	19
2.2.5 Pangsa Pasar .....	24
2.3 Kerangka Konseptual .....	25

### **BAB 3 : METODE PENELITIAN**

3.1 Rancangan Penelitian .....	27
3.2 Jenis dan Metode Pengumpulan Data .....	27
3.2.1 Jenis Data .....	27
3.2.2 Metode Pengumpulan Data .....	28
3.3 Populasi dan Sampel .....	28
3.3.1 Populasi .....	28
3.3.2 Sampel .....	29
3.4 Identifikasi dan Definisi Variabel .....	29
3.4.1 Identifikasi Variabel .....	29
3.4.2 Definisi Operasional Variabel .....	30
3.5 Teknik Pengukuran Data .....	31
3.6 Pengujian Instrumen .....	31
3.6.1 Uji Validitas .....	31
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	32
3.7 Metode Analisis Data .....	34
3.7.1 Analisis Klaster .....	34
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah .....	39

### **BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	41
4.1.1 Profil Kota Jember .....	41
4.1.2 Profil Kecamatan Sumbersari .....	43
4.1.3 Profil Kecamatan Kaliwates dan Kecamatan Patrang .....	45
4.2 Gambaran Umum Produk .....	46
4.2.1 Sejarah Makanan Cepat Saji .....	46
4.2.2 Restoran Cepat Saji dan Perkembangannya .....	50
4.3 Gambaran Umum Responden .....	51
4.4 Pembahasan .....	54
4.4.1 Uji Instrumen Data .....	54

4.4.2 Uji <i>Cluster</i> Berdasarkan Variabel .....	56
4.4.3 Analisis Deskriptif Kualitatif .....	60
4.4.4 Analisis Klaster Pengunjung Restoran Cepat Saji Sebagai Proses Segmentasi Pasar .....	63
4.4.5 Analisis Segmentasi .....	65
<b>BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	71
5.2 Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	75
<b>LAMPIRAN</b> .....	77

## DAFTAR TABEL

2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang .....	6
2.2 Tiga Strategi Dalam Menyeleksi Sasaran .....	17
3.1 Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan dengan Reliabilitas Instrumen .....	33
4.1 Jumlah Penduduk Laki-Laki dan Perempuan Kecamatan Sumbersari .....	44
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	52
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	53
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kecamatan .....	54
4.6 Hasil Uji Validitas Korelasi <i>Pearson</i> .....	55
4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	56
4.8 Tabel <i>Case Processing Summary</i> .....	57
4.9 Tabel <i>Proximity Matrix</i> .....	57
4.10 Tabel <i>Agglomeration Schedule</i> .....	58
4.11 <i>Membership</i> .....	59
4.12 Responden Restoran Cepat Saji Berdasarkan Usia .....	61
4.13 Responden Restoran Cepat Saji Berdasarkan Pekerjaan .....	62
4.14 Restoran Cepat Saji Berdasarkan Asal Kecamatan .....	62
4.15 Tingkat Kepentingan Atribut Produk Restoran Cepat Saji .....	63
4.16 Analisis Kluster Pengunjung Restoran Cepat Saji Sebagai Proses	

Segmentasi Pasar .....	63
4.17 Karakteristik Psikografis Responden Sebagai Pengunjung Restoran Cepat Saji Wilayah Kota Jember .....	64
4.18 Restoran Cepat Saji dan <i>Market Share</i> .....	65
4.19 Pemilihan Konsumen Per Segmen Berdasarkan Restoran Pilihan .....	66
4.20 Pasar Sasaran Restoran Cepat Saji di Kabupaten Jember .....	68

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Langkah-Langkah dalam Segmentasi, Penentuan Target dan Posisi Pasar .....	7
2.2 Langkah-Langkah Segmentasi Pasar .....	15
2.3 Kerangka Konseptual .....	25
3.1 Prosedur Analisis Kluster .....	35
3.2 Kerangka Pemecahan Masalah .....	39



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Hasil Pengisian Kuesioner

Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 4 Analisis Klaster

Lampiran 5 Identitas Responden

Lampiran 6 Kepadatan Penduduk

Lampiran 7 *Cluster Membership*