



Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran  
Berdasarkan Segmentasi Pasar Faktor Psikografi Dan Demografi  
Sebagai Dasar Strategi Pemasaran  
AQUA Dalam Kemasan  
Di Kota Jember

Skripsi

oleh:

ENDAH TRI ASTUTIK

050810201100

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER

2012



Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran  
Berdasarkan Segmentasi Pasar Faktor Psikografi Dan Demografi  
Sebagai Dasar Strategi Pemasaran  
AQUA Dalam Kemasan  
Di Kota Jember

Skripsi

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

oleh:

ENDAH TRI ASTUTIK

050810201100

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER

2012

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Berdasarkan Segmentasi Pasar Faktor Psikografi Dan Demografi Sebagai Dasar Strategi Pemasaran AQUA Dalam Kemasan Di Kota Jember

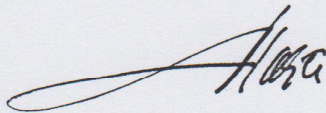
Nama Mahasiswa : Endah Tri Astutik

NIM : 050810201100

Jurusan : Manajemen

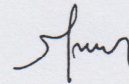
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I,



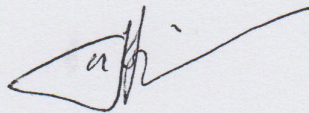
Dr. Mohamad Dimiyati, SE,MSI  
NIP. 196704211994031008

Pembimbing II,



Siti Aliyati AL-B,SE,MSI  
NIP. 19197209091999032001

Ketua Jurusan,



Dr. Hj. Istifadah, M.Si  
NIP. 19661020 199002 2 001

Tanggal Persetujuan : 01 Maret 2012

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL**

**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Endah Tri Astutik

Nim : 050810201100

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Judul skripsi : “ PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BAURAN  
PEMASARAN BERDASARKAN SEGMENTASI PASAR  
FAKTOR PSIKOGRAFI DAN DEMOGRAFI SEBAGAI  
DASAR STRATEGI PEMASARAN AQUA DALAM  
KEMASAN DIKOTA 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 dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 20 maret 2012

Yang menyatakan,

Endah Tri Astutik

Nim. 050810201100

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BAURAN PEMASARAN**  
**BERDASARKAN SEGMENTASI PASAR FAKTOR PSIKOGRAFI DAN**  
**DEMOGRAFI SEBAGAI DASAR STRATEGI PEMASARAN**  
**AQUA DALAM KEMASAN DIKOTA JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Endah Tri Astutik  
NIM : 050810201100  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal **20 Maret 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. Deasy Wulandari, SE, MSi : .....  
NIP. 19730908 200003 2 001  
Sekretaris : Ema Desia P, SE, MM : .....  
NIP. 19791221 200812 2 002  
Anggota : Dr. Mohamad Dimiyati, SE, M.Si : .....  
NIP. 19670421 199403 1 008

Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

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

## *PERSEMBAHAN*

*Kupersembahkan Karya Sederhana ini sebagai ungkapan rasa terima kasih, sayang dan cintaku kepada orang-orang yang berarti dalam hidupku,*

- ❖ Kedua orang tuaku, bapak Suripto dan ibu Ani telah memberikan kasih sayang, serangkaian doa setulus hati yang tidak pernah putus untuk keberhasilan dan kebahagiaanku*
- ❖ Kakak ku suryaningsih dan keluarga besarku yang selalu memberikan doa, semangat serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini*
- ❖ Bangsa dan Tanah Air tercinta; serta*
- ❖ Almamaterku yang kubanggakan*

## MOTTO

*“kecepatan sukses anda sangat tergantung pada besarnya keinginan pada kesuksesan”*

*(Dr. Akram Ridha)*

*“pikiran adalah space of possibility, ruang kemungkinan demi kemungkinan. realitas adalah space of action, ruang actualisasi diri, aksi nyata bukan sekedar kata-kata”*

*“kalau kita berpikir sukses dan bahagia, maka kita akan sukses dan bahagia. kalau kita berpikir gagal, kalah dan menderita, maka kita pun akan gagal, kalah, dan menderita. karena allah hanya mengikuti persangkaan hambanya”*

*Menjadi sukses adalah baik tetapi menjadi bahagia adalah lebih baik*

*(NN)*

## ABSTRAKSI

Penelitian yang berjudul “Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Berdasarkan Faktor Demografi Sebagai Dasar Strategi Pemasaran AQUA Dalam Kemasan Di Kota Jember” ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen yang meliputi bauran pemasaran dilihat dari faktor psikografi ( gaya hidup )dan demografi (jenis kelamin, status perkawinan, tingkat umur, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan dan jenis pekerjaan) yang hasilnya akan digunakan untuk strategi pemasaran. Penelitian ini menggunakan analisis cluster dengan tujuan dapat mengelompokkan konsumen dan mengetahui persepsi konsumen terhadap bauran pemasaran (harga, produk, pendistribusian, kualitas, pelayanan, merk, kemasan). Sampel yang dijadikan obyek dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Dari hasil analisis cluster didapatkan Segmen yang dituju perusahaan adalah Dari variabel pendidikan cluster terbanyak yaitu lulusan SMA, dari variabel pekerjaan cluster terbanyak yaitu mahasiswa atau pelajar, dari variabel umur cluster terbanyak yaitu usia 15 -25, dari variabel pendapatan cluster terbanyak adalah konsumen dengan pendapatan 1 juta -2 juta, dari variabel ukuran keluarga cluster terbanyak adalah konsumen cluster konsumen belum menikah, dari variabel gaya hidup yaitu konsumen yang sering minum Aqua. Dari persepsi bauran pemasaran yang dipertimbangkan konsumen adalah atribut kualitas, harga, pelayanan, merk dan yang sering minum aqua.

Kata kunci : Demografi, psikografi, Bauran Pemasaran, segmentasi pasar



## **PRAKATA**

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul **“Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Berdasarkan Segmentasi Pasar Faktor Psikografi Dan Demografi Sebagai Dasar Strategi Pemasaran AQUA Dalam Kemasan Di Kota Jember “**

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bantuan dan kerja sama dengan berbagai pihak baik secara moril maupun materiil, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Istifadah, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Dr. Mohamad Dimiyati, SE. M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai tepat pada waktu yang diharapkan.
4. Ibu Siti Aliyati AL-B, SE, MSI Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengerahan kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai tepat pada waktu yang diharapkan.
5. Bapak Drs. Kamarul Imam Msc selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis sehingga seluruh kegiatan akademik dapat berjalan dengan baik.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan pengajaran selama menuntut ilmu di Universitas Jember, sehingga menjadi dasar penulisan skripsi ini dan juga segenap karyawan dan karyawan Universitas Jember.

7. Karyawan yang telah meluangkan waktu untuk membantu penulis selama menjalani penelitian guna penulisan skripsi ini.
8. Kedua Orang Tua Bapak Suropto dan Ibu Ani yang telah banyak memberikan dorongan dengan segenap pengorbanan dan segala daya dari sebagian hidupnya untuk kepentingan penulis dalam mewujudkan cita-citanya.
9. Kakak – kakakku Suryaningsih SE dan Agus Santoso SE, serta Andika Budi Trisianto ST yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah memberikan bantuan baik langsung maupun tidak langsung, baik material maupun non-material sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga amal dan kebaikan yang diberikan kepada penulis akan mendapat limpahan pahala dan rahmat dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Oleh sebab itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang sifatnya membangun dari segenap pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat menjadi sumbangan yang berharga dan bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Jember, Maret 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pokok Permasalahan.....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Manfaat penelitian.....	4
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya.....	6
2.2 Landasan Teori.....	7
2.3 Target Pasar .....	13
2.4 Perilaku Konsumen .....	13
2.5 persepsi konsumen .....	15
2.6 Manajemen Strategi .....	16
2.7 Bauran Pemasaran .....	19
2.8 Kerangka konseptual .....	23
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian.....	25
3.2 Jenis dan sumber data .....	25

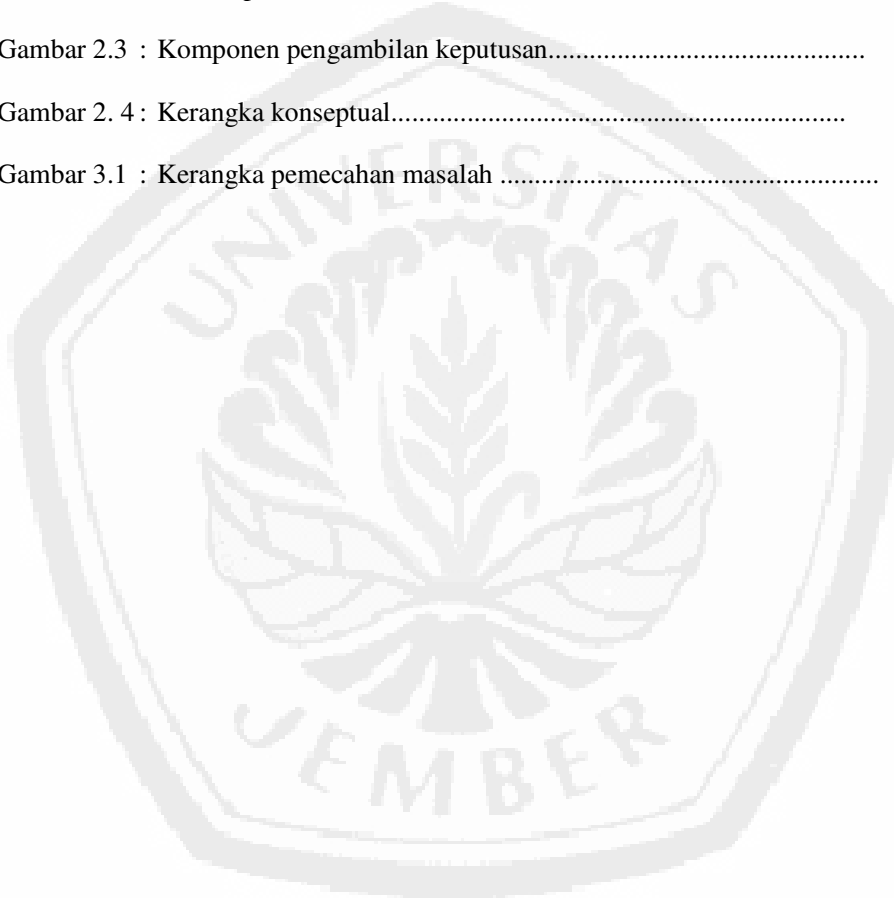
3.3 Metode pengumpulan data.....	25
3.4 Populasi dan sampel .....	26
3.5 Definisi Operasional.....	27
3.6 Skala Pengukuran.....	28
3.7 Metode Analisis Data.....	29
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah.....	32
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil dan pembahasan .....	34
4.1.1 Gambaran wilayah kota jember.....	34
4.1.2 Gambaran umum perusahaan .....	36
4.1.3 Gambaran responden.....	39
4.1.4 Uji validitas dan reliabilitas.....	42
4.1.5 Analisis data.....	44
4.2 Pembahasan .....	70
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran-saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : Perbedaan penelitian terdahulu dengan sekarang .....	6
Tabel 4.1 : Luas wilayah kecamatan kaliwates.....	35
Tabel 4.2 : Luas wilayah kecamatan patrang.....	36
Tabel 4.3 : Luas wilayah kecamatan sumpalsari.....	36
Tabel 4.4 : Mata pencaharian penduduk.....	40
Tabel 4.5 : Jumlah responden berdasarkan umur.....	40
Tabel 4.6 : Jumlah responden berdasarkan pendapatan.....	40
Tabel 4.7 : Jumlah responden berdasarkan pekerjaan.....	41
Tabel 4.8 : Jumlah responden berdasarkan pendidikan.....	41
Tabel 4.9 : Jumlah responden berdasarkan ukuran keluarga.....	42
Tabel 4.10 : Karakteristik responden berdasarkan asal kecamatan .....	42
Tabel 4.11 : Hasil Uji Validitas korelasi pearson.....	43
Tabel 4.12 : Uji reliabilitas.....	44
Tabel 4.13 : Final Cluster Centers variable pendidikan.....	45
Tabel 4.14 : ANOVA variable pendidikan.....	46
Tabel 4.15 : Table Tabulasi silang berdasarkan pendidikan.....	47
Tabel 4.16 : Final cluster centers variabel pekerjaan.....	49
Tabel 4.17 : ANOVA variable pekerjaan .....	51
Tabel 4.18 : Tabulasi silang variable pendapatan.....	52
Tabel 4.19 : <i>Final cluster centers variabel pendapatan</i> .....	54
Tabel 4.20 : Tabulasi silang variable pendapatan .....	57
Tabel 4.21 : Final Cluster Centers variable umur .....	59
Tabel 4.22 : Tabel 4.22 ANOVA variable umur.....	60
Tabel 4.23 : Tabulasi silang variable umur .....	61
Tabel 4.24 : Tabel Final cluster centers variable ukuran keluarga.....	63
Tabel 4.25 : Tabel ANOVA variable ukuran keluarga .....,	64
Tabel 4.26 : Tabulasi silang variabel ukuran keluarga.....	65
Tabel 4.27 : Final cluster centers variable gaya hidup.....	67
Tabel 4.28 : ANOVA variable gaya hidup.....	68
Tabel 4.29 : Tabulasi silang variabel gaya hidup.....	69

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Alternatif strategi pelayanan pasar .....	18
Gambar 2.2 : Bauran pemasaran .....	19
Gambar 2.3 : Komponen pengambilan keputusan.....	20
Gambar 2. 4: Kerangka konseptual.....	22
Gambar 3.1 : Kerangka pemecahan masalah .....	31



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan
- Lampiran 2 : Pehitungan data atribut pilihan konsumen berdasarkan faktor demografi jenis kelamin
- Lampiran 3 : Pehitungan data atribut pilihan konsumen berdasarkan faktor demografi status perkawinan
- Lampiran 4 : Pehitungan data atribut pilihan konsumen berdasarkan faktor demografi tingkat umur
- Lampiran 5 : Pehitungan data atribut pilihan konsumen berdasarkan faktor demografi tingkat pendidikan
- Lampiran 6 : Pehitungan data atribut pilihan konsumen berdasarkan faktor demografi tingkat pendapatan
- Lampiran 7 : Pehitungan data atribut pilihan konsumen berdasarkan faktor demografi jenis pekerjaan
- Lampiran 8 : Hasil analisis cluster