



**ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK ROKOK MILD
BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI KABUPATEN JEMBER**

*Analysis Of Market Segmentation Product Mild Cigarettes Based On Product
Attributes In Jember*

SKRIPSI

Oleh

M. Ayson Teguh Alfian

NIM 080810201057

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Jember

2013



**ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK ROKOK MILD
BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI KABUPATEN JEMBER**

*Analysis Of Market Segmentation Product Mild Cigarettes Based On Product
Attributes In Jember*

SKRIPSI

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

Oleh

M. Ayson Teguh Alfian

NIM 080810201057

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Jember

2013

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER– FAKULTAS EKONOMI

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : M. Ayson Teguh Alfian

NIM : 080810201057

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK
ROKOK MILD BERDASARKAN ATRIBUT
PRODUK 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 mempertanggung jawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini, Saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 01 Desember 2013

Yang menyatakan,

M. Ayson Teguh Alfian

NIM 080810201057

PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul skripsi :ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK ROKOK
MILD BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI
KABUPATEN JEMBER

Nama Mahasiswa : M. Ayson Teguh Alfian

NIM : 080810201057

Jurusan : S-1 Manajemen/Reguler

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Persetujuan : 01 Desember 2013

Pembimbing I

Pembimbing II

Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D
NIP19660408 199103 1 001

Dr. Purnamie Titisari, SE, M.Si
NIP19750106 200003 2 001

Ketua Jurusan
Manajemen

Dr. Handriyono, SE, M.Si
NIP 19620802 199002 1 001

PENGESAHAN

Judul Skripsi

**ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK ROKOK MILD
BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI KABUPATEN JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh ;

Nama : **M. Ayson Teguh Alfian**

NIM : **080810201057**

Jurusan : **Manajemen**

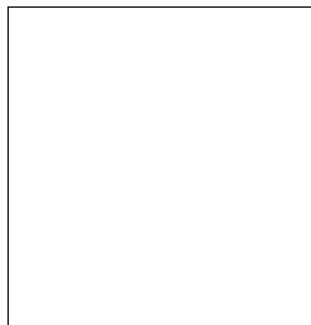
Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal ;

24 Desember 2013

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

Susunan Tim Penguji

1. Ketua : **Prof.Dr.H.R. Andi Sularso,MSM** (.....)
NIP. 19600413 198602 1 002
2. Sekretaris : **Dr. Purnamie Titisari, SE, M.Si** (.....)
NIP. 19750106 200003 2 001
3. Anggota : **Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D** (.....)
NIP. 19660408 199103 1 001



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

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

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada ;

1. Kedua orang tua saya M.Hairudin dan Sun Sukarlia yang selalu memberi dukungan baik tenaga, materiil, maupun do'a
2. Seluruh anggota GPS yang memberi banyak pengalaman dan pembelajaran yang menarik dan sangat bermanfaat
3. Seluruh orang-orang yang selalu mendukung saya, dan yang menjatuhkan saya, yang sempat melemahkan mental saya, sehingga membuat saya menjadi lebih kuat, lebih baik dan terus lebih baik dari sebelumnya
4. Anak cucu saya kelak, sebagai pembelajaran bahwa bukan semata-mata ijazah atau nilai yang dicari, tetapi pengalaman, teman, rekan, informasi dan banyak lagi yang dapat membuat kita berhasil, sukses dan bertahan dalam eliminasi hidup.

MOTTO

Lebih baik mencoba dan gagal daripada tidak mencoba dan tidak gagal, dan tidak
juga berhasil

(Writer)

Orang yang berhasil bukanlah orang yang tidak pernah gagal, tetapi orang yang
mampu belajar dari kegagalan

(Writer)

Cintai diri sendiri baru kemudian orang lain, karena tidaklah kita dapat mencintai
orang lain jika mencintai diri sendiri saja kita tidak bisa

(Writer)



**ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK ROKOK MILD
BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK DI KABUPATEN JEMBER**

*Analysis Of Market Segmentation Product Mild Cigarettes Based On Product
Attributes In Jember*

SKRIPSI

Oleh

M. Ayson Teguh Alfian

NIM 080810201057

Pembimbing

Dosen Pembimbing I : Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D

Dosen Pembimbing II : Dr. Purnamie Titisari, SE, M.Si

RINGKASAN

Analisis Segmentasi Pasar Produk Rokok Mild Berdasarkan Atribut Produk di Kabupaten Jember; M. Ayson Teguh Alfian, 080810201057; 2013; 55 halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Penelitian ini berjudul Analisis Segmentasi Pasar Produk Rokok Mild Berdasarkan Atribut Produk di Kabupaten Jember. Atribut produk dalam penelitian ini adalah merek, kemasan, harga, cita rasa, kadar tar dan nikotin, dan aroma. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan segmentasi pasar rokok mild berdasarkan atribut produk, merek rokok mild apa saja yang ada pada masing-masing segmen, produk merek rokok mild apa yang paling diminati oleh konsumen dan menentukan atribut apa yang membedakan segmentasi pasar rokok mild di kabupaten jember. Penelitian ini menggunakan teknik purposive random sampling untuk mendapatkan sampel, jumlah sampel yang diambil 105 responden. Populasi penelitian ini adalah konsumen pengguna rokok mild di Kabupaten Jember periode tahun 2013. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan pengamatan pada konsumen pengguna rokok mild di Jember periode tahun 2013. Hasil yang diperoleh bahwa analisis segmentasi pasar dari produk rokok mild berdasarkan atribut produk di Kabupaten Jember didasarkan pada hasil analisis cluster dapat dilihat bahwa konsumen rokok mild di Jember dibagi menjadi dua segmen. Segmen 1 adalah segmen yang kurang memperhatikan atribut produk rokok mild (kurang selektif). Sementara segmen 2 adalah konsumen rokok mild yang selektif dalam memilih rokok, yang berarti bahwa mereka membeli rokok mild dengan mempertimbangkan atribut yang ada. Hasil analisis data menggunakan analisis diskriminan dapat diketahui bahwa nilai Wilk's Lambda 0,263 ($p = 0,000$) menunjukkan bahwa konsumen di segmen 1 dan segmen konsumen 2 memiliki perbedaan perilaku yang signifikan terhadap keputusan untuk membeli produk rokok mild. Atribut yang membedakan perilaku konsumen rokok mild di segmen 1 dan segmen 2 adalah merek, kemasan, harga, rasa, aroma, juga tar dan nikotin. Hal ini menunjukkan bahwa atribut produk rokok mild merupakan bahan pertimbangan penting oleh konsumen di kabupaten jember dalam membeli rokok mild.

Kata kunci: merek, kemasan, harga, rasa, aroma, tar dan nikotin.

SUMMARY

Analysis of Product Market Cigarettes Mild Segmentation Based on Product Attributes in Jember; M. Ayson Teguh Alfian, 080810201057; 2013; 55 pages; Department of Management Faculty of Economics, University of Jember.

This study, entitled Analysis of Mild Cigarettes Products Market Segmentation Based on Product Attributes in Jember. Product attributes in this study is a brand, packaging , price , taste , aroma, tar and nicotine . The purpose of this study is to determine the mild cigarette market segmentation based on product attributes is mild cigarette brand what is on each segment, mild cigarette brand products are most in demand by consumers and determine which of the attributes can differentiate mild cigarette market segmentation to determine market segmentation analysis of the mild cigarette products based on cluster analysis and discriminant mild cigarette products on the market in the district of Jember . This study used a purposive random sampling technique to obtain the sample, the number of samples taken 105 respondents . The population of this study was mild cigarette user consumers in Jember Regency period in 2013. Data collection using questionnaires and observations on consumer mild cigarette users in Jember period in 2013. The results obtained that the market segmentation analysis of the mild cigarette products based on product attributes in Jember district is based on the results of cluster analysis can be seen that the mild cigarette consumers in Jember is divided into two segments. Segment 1st is a segment that is less attention to product attributes mild cigarettes (less selective). While segment 2nd is mild cigarette consumers are selective in choosing cigarettes, meaning that they are considering the existing attributes. The results of data analysis using discriminant analysis can be seen that the value of Wilk 's Lambda 0.263 ($p=0.000$) showed that consumers in segment 1st and segment 2nd consumers have significant behavioral differences to the decision to buy the product mild cigarettes. Attributes that distinguish mild cigarette consumer behavior on segment 1st and segment 2nd is a brand, packaging, price, taste, and

aroma of tar and nicotine. This indicates that the product attributes of mild cigarettes is an important consideration by consumers.

Keywords : branding, packaging, price, taste, aroma, tar and nicotine.

PRAKATA

Dengan mengucap puji syukur ke hadirat Allah SWT atas berkat dan rahmat Nya, karena tanpa Nya tidak ada suatu hajatpun yang dapat terlaksana. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyampaikan rasa terimakasih yang amat besar kepada :

1. Bapak Dr. Mohammad Fathorozi, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
2. Bapak Dr. Handriyono, SE, M.Si selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember
3. Bapak Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D selaku Dosen Pembimbing I dan Dr.Purnamie Titisari, SE, M.Si selaku dosen pembimbing II yang dengan sabar memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan juga nasehat yang bermanfaat sehingga terselesaikan skripsi ini
4. Kedua orang tua saya M.Hairudin dan Sun Sukarlia terima kasih atas moril dan materiil, juga semangat, doa, nasehat, kasih sayang, dan juga perhatian
5. Saudara saya, adik dan kakak yang selalu memberikan motivasi dan semangatnya
6. Seluruh sahabat yang selalu memberi semangat dan dukungan demi terselesaikannya tugas akhir ini
7. Seluruh anggota GPS yang telah memberikan insprasi dan motivasi, tidak hanya dalam akedemik tapi juga non akademik
8. Rekan dan teman-teman di Fakultas Ekonomi Unversitas Jember, terima kasih untuk do'a dan bantuannya
9. Semua pihak yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya untuk menjadi lebih baik

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Jember, 01 Desember 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PEMBIMBING	viii
RINGKASAN	ix
PRAKATA	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.3.1 Tujuan	3
1.3.2 Manfaat	3
1.4 Batasan Masalah	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Keterkaitan antara Segmentasi Pasar, Target Pasar, dan Positioning.....	5

2.1.2	Segmentasi Pasar.....	6
2.1.3	Segmentasi Pasar atas Dasar Atribut Produk	7
2.1.4	Langkah–langkah Dalam Segmentasi Pasar	9
2.2	Tinjauan Penelitian Sebelumnya	10
2.3	Kerangka Konseptual	13
BAB 3.	METODE PENELITIAN	14
3.1	Rancangan Penelitian.....	14
3.2	Jenis Data	14
3.3	Metode Pengumpulan Data	14
3.4	Populasi dan Sample	15
3.3.2	Populasi.....	15
3.3.2	Sampel	15
3.5	Identifikasi Variabel.....	16
3.6	Definisi Operasional Variabel	16
3.7	Tekhnik Pengukuran Data	17
3.8	Metode Analisis Data	18
3.8.1	Analisis Kluster (Cluster)	18
3.8.2	Analisis Diskriminan	22
BAB 4.	HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	35
4.2	Karakteristik Responden.....	30
4.2	Analisis Data	31
4.3.1	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	31
4.3.2	Deskripsi Variabel Penelitian	33
4.3.3	Analisis Klaster(<i>Cluster</i>)	34
4.3.4	Produk Rokok di Tiap Segmen.....	36

4.3.5 Produk Rokok Paling Diminati	37
4.3.6 Analisis Diskriminan	38
4.4 Pembahasan	42
4.4.1 Segmentasi Pasar Rokok Mild	42
4.4.1 Produk Rokok Mild Pada Masing-masing Segmen	43
4.4.1 Produk Rokok Paling Diminati Konsumen Di Jember	44
4.4.1 Atribut Produk yang Membedakan Segmen Rokok Mild	45
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	55
Lampiran 1. Kuisisioner	55
Lampiran 2. Jawaban Responden	59
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas	65
Lampiran 4. Analisis Deskriptif	67
Lampiran 5. Analisis Klaster (<i>Cluster</i>)	70
Lampiran 6. Analisis Diskriminan	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Terkini	12
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	30
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Penelitian	32
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Reliabilitas	32
Tabel 4.4 Penelitian Responden Terhadap Atribut Rokok Mild	33
Tabel 4.5 Uji F	34
Tabel 4.6 <i>Final Cluster Centre</i>	35
Tabel 4.7 Jumlah Anggota Pada Tiap Segmen	35
Tabel 4.8 Tabulasi Silang Produk dan Segmen	37
Tabel 4.9 Fungsi Diskriminan Berdasarkan Model Fisher	38
Tabel 4.10 Fungsi Diskriminan Berdasarkan Z Score Unstandardized	39
Tabel 4.11 Diskriminan Antar Kelompok Segmen	40
Tabel 4.12 Hasil Uji Keeratan Hubungan	41
Tabel 4.13 Uji Signifikansi Analisis Diskriminan	41
Tabel 4.14 Uji Ketepatan Klasifikasi Analisis Diskriminan	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar2.1 :Segmentasi Pasar, Target Pasar, <i>Positioning</i>	5
Gambar2.2 : Kerangka Konseptual Penelitian	13
Gambar3.1 :Prosedur Analisis Klaster	20
Gambar 3.2 : Kerangka Pemecahan Masalah	26
Gambar 4.1 : Peta Kabupaten Jember	28
Gambar 4.3 : Dendogram Produk Rokok Pada Masing-Masing Segmen.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.Kuisisioner Penelitian	55
Lampiran2.Jawaban Responden.....	59
Lampiran 3.Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	65
Lampiran4.Analisis Deskriptif.....	67
Lampiran5.Analisis Klaster(<i>Cluster</i>)	70
Lampiran6.Analisis Diskriminan	75