



**ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK *HANDPHONE*
DI WILAYAH KECAMATAN KOTA LAMONGAN**

SKRIPSI

Oleh :

**CORINA MARTHA OKTAVIA
NIM. 050810201031**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2010**



**ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK *HANDPHONE*
DI WILAYAH KECAMATAN KOTA LAMONGAN**

SKRIPSI

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

Oleh

**CORINA MARTHA OKTAVIA
NIM. 050810201031**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2010**

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

SURAT PERNYATAAN

Nama : Corina Martha Oktavia
NIM : 050810201031
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK *HANDPHONE*
DI WILAYAH KECAMATAN KOTA LAMONGAN

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, 31 Mei 2010
Yang Menyatakan,

Corina Martha Oktavia
NIM. 050810201031

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK HANDPHONE DI WILAYAH KECAMATAN KOTA LAMONGAN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Corina Martha Oktavia

NIM : 050810201031

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal:

31-05-2010

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. Diah Yulisetiatini, M.Si :
NIP. 19610729 198603 2 001

Sekretaris : Drs. Hadi Wahyono, MM :
NIP. 19540109 198203 1 003

Anggota : Dr. Imam Suroso, SE, M.Si :
NIP. 19591013 198802 1 001

Mengetahui;
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember
Dekan,

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

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya kecil ini kepada.....

- 🔗 Allah Swt, Dzat Yang Maha Segalanya, yang telah memberikan karunia, kemudahan, kenikmatan dan keajaiban-keajaiban takdir di setiap langkahku.
- 🔗 Bapak dan Ibu tercinta, terima kasih atas semua doa, pengorbanan tulus, kasih sayang, maaf dan cinta yang tak terhingga buat seorang Martha.
- 🔗 Adek2 n sepupu2 ku yang selalu aku kangenin, Dedek Elsa, Niar, Neyla, Fio, Fara, Aldi n Alda, thanx a lot buat keceriaan, kelucuan, keramaian n kepolosan yang sudah kalian berikan
- 🔗 Someone yang sangat berarti dalam hidupku thanx u so much buat kebersamaan Qt selama ini. Buat susah, seneng, nangis, kecewa, tertawa, motivasi, wejangan n nasehatnya (walaupun sering Martha bantahin hehehe). Semoga kebersamaan yang sudah dibangun ini tidak lekang oleh waktu, amien.....
- 🔗 Buat almh. Mbah Buk dan Mbah Kakungku tercinta. Terima kasih buat motivasi “yang tak terlihat” yang selama ini sudah diberikan. Semoga Allah SWT memberikan kebahagiaan bagi kalian di dunia yang lain. Amien.....
- 🔗 Almamaterku tercinta.....

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(Al-Insyirah: 4-8)

Kita tidak bisa menjadi bijaksana dengan kebijaksanaan orang lain, tapi kita bisa berpengetahuan dengan pengetahuan orang lain.

(Michael De Montaigne)

Tinggalkanlah kesenangan yang menghalangi pencapaian kecemerlangan hidup yang diidamkan. Dan berhati-hatilah, karena beberapa kesenangan adalah cara gembira menuju kegagalan..

(Mario Teguh)

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “ Analisis Segmentasi Pasar Produk *Handphone* Di Wilayah Kecamatan Kota Lamongan”. Dalam hal ini objek yang diteliti adalah handphone dengan merek Nokia, Sony Ericson dan Samsung. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis segmen pasar handphone berdasarkan atribut produk dan merek produk handphone apa saja yang ada pada masing- masing segmen. Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil dari kuesioner pada responden yang pernah menggunakan produk Nokia, Sony Ericson dan Samsung di Wilayah Kecamatan Kota Lamongan.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Alat analisis yang digunakan adalah alat analisis pengujian instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas yang dilanjutkan metode *Analisis Cluster*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan metode *Analisis Cluster*, menunjukkan bahwa variabel berdasarkan atribut produk menghasilkan 3 (tiga) klaster yaitu Klaster Kualitas, Klaster Bentuk Dan Klaster Merek. Variabel berdasarkan merek menghasilkan 2 (dua) klaster. Klaster 1 meliputi merek Samsung dan Sony Ericson, klaster 2 meliputi Nokia. Setiap perusahaan harus memperhatikan setiap segmen yang akan dipilih karena setiap segmen memiliki karakteristik yang berbeda.

Kata kunci : Segmentasi pasar, pengguna *Handphone*.

PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkah dan rahmatNya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun skripsi yang penulis ajukan ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun faktor ketidaksengajaan penulis. Oleh karena itu penulis dengan senang hati akan menerima segala kritik maupun saran yang berkaitan untuk perbaikan dalam skripsi ini. Semoga dengan perbaikan maupun saran tersebut akan mewujudkan maksud dan tujuan dari penyusunan skripsi ini.

Selanjutnya penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak penulisan skripsi ini tidak akan berjalan sebagaimana mestinya, akhirnya dengan segala kerendahan hati tidak lupa penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Saleh, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiari, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Bapak Dr. Imam Suroso, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang dengan perhatian dan kesabarannya telah memberikan dorongan, bimbingan, dan saran sampai dengan selesainya penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Hadi Wahyono, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini.
6. Seluruh karyawan dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang memberikan waktunya demi kelancaran penelitian ini.
7. Keluarga dirumah tersayang yang selalu memberi semangat.

8. Pendamping setiaku yang selalu memberiku nasehat dalam pengerjaan skripsi ini dan selalu memberi semangat, terima kasih atas semuanya.
9. Seluruh penghuni kosan Halsasingo (Ginangar, Prit, Linting, Ike, MbK Diean, Elok, Dwiee, Tatha adoel, Tina, Detik, Cinta, Tities) yang senantiasa memberiku keceriaan, kedamaian, semangat, dukungan dan arti sebuah kebersamaan. Aku pasti merindukan kalian!!!
10. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi Universitas Jember (Dieta, Surya N'dut, Felikzz, Hestika, Adiet, Danie, Sigit, Tomi, Melisa, Enji) terima kasih atas bantuan, dukungan dan kebersamaannya di saat-saat terakhir penyelesaian studi ini.
11. Teman-teman Manajemen Angkatan 2005, terima kasih atas dukungan dan kebersamaannya yang begitu indah.
12. Semua yang aku kenal dan mengenaliku, yang sudah mendukungku, terima kasih buat semuanya....

Semoga karya ini dapat bermanfaat dikemudian hari dengan segala kekurangan dan kelebihan.

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAKSI	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
1.4 Batasan Masalah	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 Segmentasi Pasar	7
2.2.2 Produk, Diferensiasi, dan Atribut Produk	16
2.3 Kerangka Konseptual	24
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	26
3.2 Jenis Dan Metode Pengumpulan Data	26
3.2.1 Jenis Data	26

3.2.2 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.3 Populasi dan Sampel.....	27
3.3.1 Populasi.....	27
3.3.2 Sampel.....	27
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.5 Pengukuran Variabel.....	29
3.6 Pengujian Instrumen.....	29
3.6.1 Uji Validitas.....	29
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.7 Metode Analisis Data.....	30
3.7.1 Analisis Kluster.....	30
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah.....	35
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	37
4.1.1 Kondisi Geografi.....	37
4.1.2 Kondisi Demografi.....	38
4.1.3 Gambaran Umum Produk Handphone.....	38
4.1.4 Karakteristik Responden.....	40
4.1.4.1 Jenis Kelamin.....	40
4.1.4.2 Umur.....	41
4.1.4.3 Jenis Pekerjaan.....	41
4.1.4.4 Merek.....	42
4.1.5 Hasil Pengujian Instrumen.....	43
4.1.6 Hasil Analisis Cluster.....	45
4.2 Pembahasan.....	51
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	6
4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Umur	41
4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
4.4 Proporsi Penggunaan <i>Handphone</i> Menurut Merek.....	42
4.5 Uji Validitas Berdasarkan Atribut Produk	43
4.6 Uji Validitas Berdasarkan Merek Produk	44
4.7 Uji Reliabilitas Berdasarkan Atribut Produk	44
4.8 Uji Reliabilitas Berdasarkan Merek Produk	45
4.9 Tabel ANOVA	46
4.10 <i>Final Cluster Center</i>	47
4.11 <i>Number Of Cases In Each Cluster</i>	48
4.12 <i>Agglomeration Schedule</i>	49
4.13 Hasil Pengelompokan Objek Berdasarkan Tingkat Kemiripan	50
4.14 Kelompok <i>Handphone</i>	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Segmentasi Pasar, Target Pasar dan Positioning	15
2.2 Konsep Produk Total	16
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	25
3.2 Prosedur Analisis <i>Cluster</i>	32
3.3 Kerangka Pemecahan Masalah	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Karakteristik Responden.....	60
Lampiran B	Jawaban Kuesioner Berdasarkan Atribut Produk.....	63
Lampiran C	Jawaban Kuesioner Berdasarkan Merek Produk.....	66
Lampiran D	Uji Instrumen Berdasarkan Atribut Produk.....	69
Lampiran E	Uji Instrumen Berdasarkan Merek Produk.....	70
Lampiran F	Analisis <i>K- Mean Cluster</i> Berdasarkan Atribut Produk.....	71
Lampiran G	Analisis Hierarchical Berdasarkan Merek Produk.....	72