



**ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK SHAMPO
DI KOTA SITUBONDO**

SKRIPSI

oleh :

**ISNIN HANIFIYAH
NIM 070810201094**

**JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**



ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK SHAMPO DI KOTA SITUBONDO

SKRIPSI

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

oleh

ISNIN HANIFIYAH
NIM 070810201094

JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011

JUDUL SKRIPSI
ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK SHAMPO
DI KOTA SITUBONDO

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ISNIN HANIFIYAH
NIM : 070810201094
Jurusan : Manajemen Pemasaran

telah dipertahankan didepan Panitia Penguji pada tanggal :

20 September 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

1. Ketua : Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM : _____
NIP. 131624475
2. Sekretaris : Drs. Sunardi, MM : _____
NIP. 131472803
3. Anggota : Drs. H. Suwardi, MM : _____
NIP. 131129286

Mengetahui/ Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi Dekan

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

LEMBAR PERSETUJUAN

NAMA : ISNIN HANIFIYAH
NIM : 070810201094
JURUSAN : Manajemen Pemasaran
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
JUDUL : ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK SHAMPO
DI KOTA SITUBONDO

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Drs. H. Suwardi, MM
NIP. 19540719 198211 1001

Ika Barokah, SE, MM
NIP. 19780525 200312 2002

Ketua Jurusan,

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

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : ISNIN HANIFIYAH
NIM : 070810201094
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : M. Pemasaran
Judul Skripsi : ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK SHAMPO DI
KOTA SITUBONDO

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, 7 September 2011

Yang menyatakan,

ISNIN HANIFIYAH

NIM.070810201094

PERSEMBAHAN

Karya Tulis ini saya persembahkan untuk:

1. Orang Tuaku tercinta Bapak Sudiono dan Ibu Sulistyowati yang selalu memberikan nasihat dan do'a yang tiada henti hingga aku menyelesaikan studiku. Belum ada sesuatu yang dapat aku persembahkan, semoga ini dapat menjadi kebanggan untuk Bapak dan Ibu;
2. Kakakku Dian Elisa dan Adikku Moh. Mustain yang selalu memberiku nasihat dan perhatian, terimakasih banyak atas dukungan dan doanya selama ini;
3. Mas Aji Wijatmiko yang selalu mendukung dan mendoakanku, terimakasih atas dukungan dan kasih sayangnya;
4. Sahabat-sahabat kostan jawa 4B no. 6, terimakasih banyak karena kalian selalu memberikan warna dalam hidupku yang akan selalu ada dalam ingatanku;
5. Teman-teman Manajemen 2007 yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu, Terimakasih banyak atas perhatian dan dukungannya selama ini;
6. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang senantiasa kujunjung tinggi.

MOTTO

Usaha manusia adalah bermacam-macam yang terpenting adalah mencari
keridhoan Allah SWT.

(Surat At Tin)

Berbahagiaalah atas apa yang kau dapat hari ini dan berusahalah serta memohonlah
kepada Allah SWT untuk kebaikan hari esok.

(Nabi Muhammad SAW)

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Segmentasi Pasar Produk Shampo di Kota Situbondo”. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui segmen pasar shampo berdasarkan atribut produk di kota Situbondo dan untuk mengetahui merek produk shampo yang ada pada masing-masing segmen di kota Situbondo. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah berupa jawaban kuesioner responden dari pertanyaan-pertanyaan yang dibuat oleh peneliti. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain yang membantu dan bukan dilakukan sendiri oleh pengumpulnya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk shampo di kota Situbondo yang menggunakan salah satu merek produk shampo Clear, Sunsilk, Pantene, Rejoice, Emeron, dan Lifebuoy. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 90 orang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kluster dengan dua metode yaitu *K-Mean Cluster* dan *Hierarki Cluster*.

Berdasarkan hasil analisis Kluster dengan metode *K-Mean Cluster*, diperoleh hasil bahwa segmen pasar produk shampo di kota Situbondo yang terbentuk adalah 3 kluster yaitu: Klaster 1 adalah responden yang mementingkan atribut harga, kemasan, merek, dan bersih, sehingga klaster 1 dapat diberi nama “Klaster Produk” dengan jumlah responden sebanyak 31 orang (34.44%). Klaster 2 adalah responden yang mementingkan atribut busa, warna, dan kental sehingga klaster 2 dapat diberi nama “Klaster Keunggulan” dengan responden sebanyak 30 orang (33.33%). Klaster 3 adalah responden yang mementingkan atribut aroma dan lembut sehingga klaster 3 dapat diberi nama “Klaster Kelembutan” dengan jumlah responden sebanyak 29 orang (32.22%). Sedangkan analisis kluster yang menggunakan metode *Hierarki Cluster* di peroleh hasil yaitu terdapat tiga kelompok shampo berdasarkan merek yaitu: kelompok 1 meliputi shampo dengan merek Clear, Lifebuoy, Rejoice, dan Sunsilk. Kelompok 2 meliputi shampo dengan merek Pantene. Kelompok 3 meliputi shampo dengan merek Emeron.

Kata Kunci: Segmentasi Pasar.

ABSTRACT

This observation entitled “Analisis Segmentasi Pasar Produk Shampoo di Kota Situbondo”. The aim are for knowing segmen of shampoo market based on attribute of the product in Situbondo and for knowing merk of the shampoo product that available in each segment in Situbondo. The data which is used by this observation are primary data and secondary data. The primary data in this observation is the questionnaire’s answer from questions which is mode by observator. The secondary data is data whichis got by others who helped and not done by the collectors. Population in this observation is all of the consumer’s shampoo in Situbondo who used one of the merk of clear, sunsilk, pantene, rejoice, emeron, and lifebuoy. The collecting sample method which is used is purposive sampling with 90 respondent. Data analisis method which is used in this observation is cluster analyzed method with two methods they are K-Mean Cluster and Hierarki Cluster.

Based on the result of cluster with K-Mean Cluster method got the result that segment of shampoo market in Situbondo which was created are three clusters, they are the first cluster is the respondent who interested in the price of attribute, package, merk, and cleanness. So that the first cluster is entitled “Product Cluster” with 31 respondent (34.44%). The second cluster is the respondent who interested in foam attribute, color, and thick so that the second cluster is entitled “Superior Cluster” with 30 respondent (33.33%). The third cluster is the respondent who interested in smell and softness so that the third cluster is entitled “Softness Cluster” with 29 respondents (32.22%) where as analisis cluster which use Hierarki Cluster method made a result that three shampoo based on merk, thay are the first are Clear, Lifebuoy, Rejoice and Sunsilk. The second is Pantene. The third is Emeron.

Key word : Segmentasi Pasar

PRAKATA

Puji Syukur kehadiran Ilahirobbi penulis panjatkan kepada ALLAH SWT atas rahmat dan ridonya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Segmentasi Pasar Produk Shampo Di Kota Situbondo” dengan lancar. 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 Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Ibu Dr. Istifadah, M.,Si selaku ketua jurusan manajemen;
3. Bapak Drs. H. Suwardi,MM selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
4. Ibu Ika Barokah, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang juga telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
5. Kedua orang tuaku serta kakak dan adikku yang tak pernah lelah memberikan doa, dukungan dan nasehat;
6. Mas Aji Wijatmiko yang selalu memberiku semangat, doa dan perhatiannya;
7. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu;

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, Agustus 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Alasan Pemilihan Judul	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat	5
1.4 Batasan Masalah	6
BAB 2. Tinjauan Pustaka	7
2.1 Kajian Teoritis	7
2.2 Kajian Empiris	14
2.3 Kerangka Konseptual	18
BAB 3. Metode Penelitian	20
3.1 Rancangan Penelitian	20
3.2 Jenis dan Sumber Data	20
3.3 Populasi dan Sampel	20
3.4 Metode Pengumpulan Data	21
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Teknik Pengukuran	21
3.6 Pengujian Instrumen	23

3.7 Metode Analisis Data	25
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah	29
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Wilayah Kota Situbondo	31
4.2 Gambaran Umum Produk Shampo	33
4.3 Khakteristik Responden	36
4.4 Hail Analisis	39
4.5 Pembahasan	46
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	17
3.1 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Reliabilitas	25
4.1 Komposisi Penduduk Menurut Mata Pencaharian	32
4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.3 Jumlah Data Responden Berdasarkan Umur	37
4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.5 Proporsi Pengguna Shampo Menurut Merek	38
4.6 Hasil Uji Validitas	39
4.7 Hasil Uji Reliabilitas	40
4.8 Output ANOVA Pengujian Variabel Atribut Produk	41
4.9 <i>Final Cluster Center</i>	42
4.10 <i>Number Of Cases in Each Cluster</i>	43
4.11 <i>Agglomeration Schedule</i>	44
4.12 Hasil Pengelompokan Objek Berdasarkan Tingkat Kemiripan	45
4.13 Kelompok Produk Shampo	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual Penelitian Segmentasi Pasar	19
3.1 Langkah- langkah Analisis Cluster	26
3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	29
4.1 Dendogram	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Jawaban Kuesioner Berdasarkan Atribut Produk

Lampiran 3 Jawaban Kuesioner Berdasarkan Pada Masing-masing Segmen

Lampiran 4 Uji Instrumen Berdasarkan Atribut Produk

Lampiran 5 Uji Instrumen Berdasarkan Pada Masing-masing Segmen

Lampiran 6 Hasil Analisis *K-Mean Cluster*

Lampiran 7 Hasil Analisis *Hierarki Cluster*