

**SEGMENTASI PASAR PRODUK SABUN MANDI
MEREK LIFEBOUY DI DAERAH
KABUPATEN NATUNA**

**The Market Sementation Of Lifebuoy Body Soap Product
in Natuna Regency**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi
Manajemen Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta**

Disusun Oleh

**DARMONO
20030410165**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2009**

SKRIPSI

**SEGMENTASI PASAR PRODUK SABUN MANDI
MEREK LIFEBOUY DI DAERAH
KABUPATEN NATUNA**

**THE MARKET SEGMENTATION OF LIFEBOUY BODY SOAP
PRODUCT IN NATUNA REGENCY**

Diajukan oleh

DARMONO
20030410165

Telah disetujui Oleh :

Pembimbing

Dra. Tri Maryati, MM.
NIK : 143028

Tanggal.....

SKRIPSI
SEGMENTASI PASAR PRODUK SABUN
MANDI MEREK LIFEBOUY DI DAERAH
KABUPATEN NATUNA

Diajukan oleh

DARMONO
20030410165

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 23 April 2009
Yang terdiri dari :

Dr.Heru Kurnianto Tjahjono,SE., MM
Ketua Tim Penguji

Dra. Tri Maryati, MM
Anggota Tim Penguji

Ika Nurul Qamari, SE.,M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, SE.,M.Si
NIK : 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya

Nama : Darmono

Nomor mahasiswa : 20030410165

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “ SEGMENTASI PASAR PRODUK SABUN MANDI MEREK LIFEBUOY DI DAERAH KABUPATEN NATUNA” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 23 April 2009

Darmono

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Do'amu merupakan kekuatan menghadapi kehidupan di zaman ini
Nasehatmu merupakan petunjuk dalam langkah lika liku perjalanan
hidupku

Kepercayaanmu menjaga setiap ayunan langkah kakiku ditengah
godaan n cobaan

Pengorbananmu merupakan semangat perjuangan hidupku
Kebijaksanaan Mu kunci pemecahan setiap problem dalam hidupku

Dan Allah SWT mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak
mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan
dan hati, agar kamu bersyukur

(QS. AN Nahl : 78)

- ❖ Anak yang bisa dan mampu berbakti dan bermanfaat bagi kedua orangtua adalah bagian dari kesuksesan hidup
- ❖ Menunda suatu pekerjaan berarti menabung penderitaan
- ❖ Tanpa memimpikan kehidupan yang lebih baik di masa depan, kita akan kehilangan ketertarikan untuk hidup dengan sepenuhnya.

(By: Penulis)

Saya persembahkan karya ini untuk

- Alla SWT
- Bapak dan Ibu Tercinta
- kakak dan adikku "Tatik" tercinta
- dan seluruh keluargaku
- Almamaterku

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sebagai ungkapan terima kasih dan syukur dari lubuk hati yang paling dalam, karya ini kupersembahkan kepada :

- ❖ Allah SWT atas limpahan dan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini.
- ❖ Bapak dan Ibu tercinta, do'a, serta kasih sayang yang tiada tara dan ngak akan bisa aku membalasnya, yang telah membuatku mampu untuk berdiri, semoga aku bisa menjadi kebanggaanmu!!!!!!!
- ❖ Adikku "Tatik" jangan pernah putus asa semoga kamu bisa menjadi adikku yang benar - benar menjadi kebanggaan keluarga!!! Rajin belajar ya!!!!!!!!!!
- ❖ My beloved "Endang" Thank's buat dukungan, perhatian, pengertian, n kasih sayang.
- ❖ Bang Daeng Amhar, makasih banget atas kebaikan serta bantuannya, maaf ya telah banyak ngerepotin, eh selamat & bahagia am K' Nani moga menjadi keluarga sakinah dan cepet dapet keturunan ya!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!
- ❖ Mas Eko n mas Udin, makasih ya atas bantuannya, maaf ya telah banyak ngerepotin.
- ❖ Keluarga ADIDAS, ASPULA, IPMKN, makasih ya atas dukungan dan dorongannya.
- ❖ Teman-teman seperjuangan: Heru, Taleb, Dani, Budi Teves, Uyup, Bajuri, ujang kidal, Er, Kepol, Herman, Sahidil, Mut, Acong, Singgo, Eed, Ari, Andy, Acit, Susanto, Wak neri makasih atas kebaikannya, semoga kita tetap bisa menjadi satu keluarga.
- ❖ Sahabat terbaik dalam perjalanan hidupku : Anak - anak ADIDAS n ASPULA, akhirnya selesai juga ni!!!!!!!!!! Maaf yang ngak disebut!!!!!!!!!! Thank's atas kebaikan kalian?? Sukses buat semuanya! Budak Natuna yang ada di Jogja n semua yang pernah terlibat dalam perjalanan hidupku, makasih semuanya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Rabbil alamin, penulis panjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada suri tauladan kita nabi Muhammad SAW, penuntun manusia dari alam kegelapan ke alam benderang ini.

Skripsi ini dengan judul **SEGMENTASI PASAR PRODUK SABUN MANDI MEREK LIFEBUOY DI DAERAH KABUPATEN NATUNA** ini dibuat sebagai salah satu prasyarat bagi penulis untuk meraih gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Unuversitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, perkenankanlah bagi penulis untuk menghantur banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini :

1. Bapak Ir.H.M.Darson Hamid,M.Sc. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Misbahul Anwar, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dra. Tri Maryati, M.M, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, petunjuk dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Gita Danupratama, SE, M.M, selaku dosen pembimbing akademik.
5. Seluruh dosen ekonomi yang telah memberikan sebagian pengetahuannya kepada penulis.
6. Keluarga Besar Tercinta : Bapak, Ibu dan Adikku, yang selalu memberiku semangat dan dorongan untuk maju.

7. Semua pihak yang telah banyak memberikan kontribusi ke penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis hanya dapat memohon kepada Allah SWT agar semua pihak yang telah membantu kelancaran skripsi ini senantiasa di limpahkan rahmat dan hidayahNya dan semoga skripsi ini dapat memberikan mamfaat bagi pengembangan skripsi berikutnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta,

Darmono

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
INTISARI.....	xvii
ABSTRAKSI	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Pengertian Pasar	7
2. Pengertian Prilaku Konsumen.....	8

3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen	10
4. Pengertian Segmentasi Pasar	14
5. Dasar – Dasar Segmentasi Pasar	17
6. Prosedur Pensegmentasi Pasar	24
7. Syarat – syarat Segmentasi Pasar	25
8. Manfaat dan Kelemahan Segmentasi Pasar	27
9. Hubungan Antara Penerapan Pasar Sasaran Dengan Segmentasi Pasar	29
B. Hasil Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Objek & Subjek Penelitian	33
B. Jenis Data.....	33
C. Teknik Pengambilan Sampel	33
D. Teknik Pengumpulan Data	34
E. Definisi Oprasional Variabel Penelitian	34
F. Uji Instrumen Penelitian	38
1. Uji Validitas	38
2. Uji Reabilitas	39
G. Analisis Data.....	39
1. Analisis Deskriptif	39
2. Analisis Faktor	40
3. Analisis Kluster.....	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
1. Gambaran Umum Daerah Kabupaten Natuna	42
2. Gambaran Umum Unilever	43
3. Gambaran Umum Produk Lefebuoy	48
B. Hasil Penelitian	52
1. Karakteristik Responden	52
2. Instrumen Penelitian	55
a. Uji Validitas	55
b. Uji Reabilitas	56
C. Analisis Deskriptif	57
D. Analisis Faktor	62
E. Analisis Kluster	65
F. Pembahasan Hasil Penelitian	72
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
C. Keterbatasan	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden	57
Tabel 4.2 Uji Validitas Instrument.....	60
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas Data.....	61
Tabel 4.4 Rangking Atribut Produk.....	62
Tabel 4.5 Total <i>Varians</i> Penjelas Variabel	67
Tabel 4.6 Faktor <i>Loading</i> dan Korelasi Variabel.....	68
Tabel 4.7 Komunalitas Variabel	69
Tabel 4.8 Persentase Perubahan Koefisien Aglomerasi Variabel.....	70
Tabel 4.9 <i>Profile Cluster Centroid</i>	71
Tabel 4.10 Anova.....	72
Tabel 4.11 Jumlah Cluster.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Langkah – langkah dalam Sgmentasi Pasar Pentargetan dan Posisian	20
Gambar 4.1 Hirarki Cluster	73
Gambar 4.2 Profil Perilaku Konsumen Berdasarkan <i>Cluster</i>	75
Gambar 4.3 Pendapatan Responden Berdasarkan <i>Cluster</i>	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2. Data Try Out Penelitian.....	89
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas Insteument.....	90
Lampiran 4. Rekap Data Penelitian	95
Lampiran 5. Statistik Deskriptif.....	97
Lampiran 6. Analisis Faktor.....	99
Lampiran 7. Analisis Kluster	101
Lampiran 8. Diskripsi Demografis Dan Perilaku Berdasarkan Kluster	105

INTISARI

SEGMENTASI PASAR PRODUK SABUN MANDI MEREK LEFEBOUY DI DAERAH KABUPATEN NATUNA

The Market Segmentation Of Lifebuoy Body Soap Product in Natuna Regency

Disusun Oleh :
DARMONO
20030410165

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui segmentasi pasar produk sabun mandi merek lifebuoy di daerah kabupaten Natuna. Segmentasi pasar dilakukan untuk membagi pasar yang sangat heterogen kedalam kelompok kelompok atau segmen – segmen pasar yang lebih homogen. Dengan melakukan segmentasi pasar, perusahaan dapat mengidentifikasi segmen pasar paling menarik yang dapat dilayani lebih efektif daripada pesaingnya, dan merencanakan strategi – strategi pemasaran yang sesuai dengan pasar sasarannya. Dalam penelitian ini dasar segmentasi yang digunakan adalah demografis dan perilaku.

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Convenience sampling* yang merupakan teknik *Nonprobability*. Mengambil sampel 100 orang responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis faktor, dan analisis kluster.

Melalui analisis dapat dikemukakan ada 2 segmen produk sabun mandi merek Lifebuoy.

Segmen 1 yaitu konsumen yang melakukan pembelian produk mandi merek Lifebuoy berdasarkan variabel harga, *image merk* dan kemudahan.

Segmen 2 konsumen yang melakukan pembelian produk sabun mandi merek Lifebuoy dengan motif produk yang bermanfaat untuk kesehatan keluarga yang didukung kekuatan promosi, kemasan, penampilan dan kenyamanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui penerapan strategi segmentasi pasar, maka perusahaan akan lebih memusatkan perhatiannya pada satu atau lebih segmen pasar yang telah dimasukinya agar nantinya perusahaan dapat memuaskan/keinginan segmen pasar secara lebih efektif dan efisien dari pesaingnya.

Kata kunci : Segmentasi pasar

ABSTRACT

The market segmentation of Lifebuoy body soap in Natuna Regency

This research to investigate the market segmentation of Lifebuoy body soap in Natuna regency. The market segmentation was conducted to divide the heterogeneous market into groups or segment of more homogeneous market. By doing this, a company can identify a more interesting market so it can serve the segment more effectively than its competitors, as well as plan the marketing strategies matching to its target market. This research used demography and consumers' behaviour as the basis of the segmentation.

The sampling method was *Convenience Sampling* which was included in *Nonprobability* technique. There were 100 respondents. The analysis was done by using descriptive, analysis, and clustering analysis.

Through the analysis it can be concluded that there were two segments of Lifebuoy body soap product. The first segment was the consumers who purchased the product due to price, brand image and access variables. The second segment was the consumers who purchased the product due to its usefulness to family's health which was supported by promotions, package, appearance and comfort.

The study showed that by doing the strategy of market segmentation, a company would be able to focus its attention to one or more market segmentation so the company could satisfy the market segment more effectively than its competitors.

Key words : market segmentation