

ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK ROKOK

SAMPOERNA A MILD DI KOTA YOGYAKARTA

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Kurikulum Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun oleh :

**HARTONO
2000 041 0020**

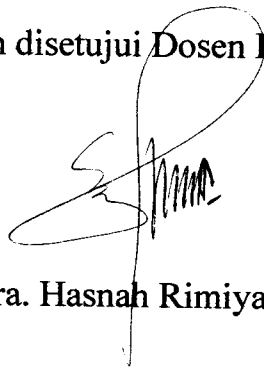
**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2006**

SKRIPSI
ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK ROKOK
SAMPOERNA A MILD DI KOTA YOGYAKARTA

Diajukan oleh

HARTONO
2000 041 0020

Telah disetujui Dosen Pembimbing



Dra. Hasnah Rimiati, M.Si

Tanggal 28 September 2006

SKRIPSI
ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK ROKOK
SAMPOERNA A MILD DI KOTA YOGYAKARTA

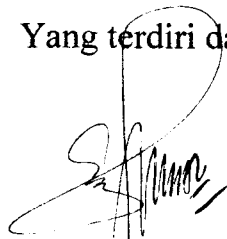
Diajukan oleh

HARTONO
2000 041 0020

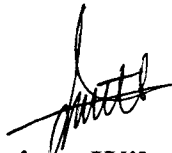
Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal ; 16 Oktober 2006

Yang terdiri dari



Dra. Hasnah Rimiati, M.Si
Ketua

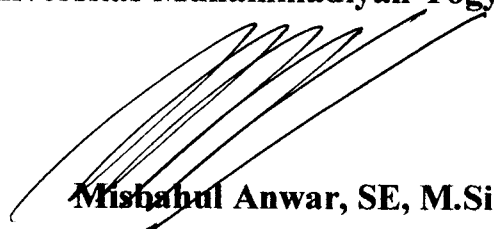


Sutrisno Wibowo, SE, M.M
Anggota



Fauziyah, SE, M.Si
Anggota

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Misbahul Anwar, SE, M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini 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.

Yogyakarta, 6 November 2006

Hartono

INTISARI

Segmentasi merupakan kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk ke dalam satuan-satuan pasar yang bersifat homogen. Untuk menentukan segmen pasar yang tepat dalam pemasaran produk, peneliti berusaha mengupas lebih jauh tentang pasar Sampoerna A Mild berdasarkan persamaan karakteristik dan tanggapan atau preferensi konsumen yang ada, sehingga pasar dapat digolongkan menjadi segmen pasar Sampoerna A Mild yang sebenarnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui segmentasi pasar produk rokok Sampoerna A Mild di Kota Yogyakarta dan untuk menganalisis atribut-atribut yang di pertimbangkan oleh konsumen dalam memilih produk rokok Sampoerna A Mild. Jenis data yang di gunakan adalah data primer yaitu data yang di peroleh langsung dari sumbernya dengan cara menyebarkan kuesioner pada responden. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel.

Hasil penelitian menyatakan bahwa segmentasi pasar produk rokok Sampoerna A Mild di bagi menjadi dua kelompok cluster. Kelompok cluster satu dalam memilih produk rokok A Mild lebih mendasarkan pada faktor manfaat dan faktor opini. Sedangkan kelompok cluster dua lebih mendasarkan pada faktor aktivitas dan factor minat. Sedangkan atribut-atributnya pada faktor manfaat meliputi aroma, harga, kandungan tar dan nikotin yang rendah, desain bungkus dan kemudahan mendapatkannya. Faktor opini atributnya meliputi kesehatan adalah pangkal dari kesuksesan, rasa nikmat faktor utama daripada harga maupun citra produk dan televisi merupakan sumber hiburan. Faktor aktivitas atributnya meliputi membeli produk yang mudah di dapat, menjaga stamina, santai dirumah dan suka berbelanja. faktor minat atributnya meliputi merek dan mode.

Keyword : Variabel Demografis, Variabel Manfaat, Variabel Psikografis

ABSTRACT

Segmentation is activity to distribute that has heterogen characteristic from a product into market that has homogen characteristic. To decide correct market segment on product marketing, the researche try to look for more far about Sampoerna A Mild based on the some characteristic and response or consumen preference which are there, so market can be classified to be the real Sampoerna A Mild market segment.

This researche intends to know the Sampoerna A Mild product to market segmentation in Yogyakarta and to analyze attributes which are considered by consumen in choosing Sampoerna A Mild smoke product. The kind of data which is used is primer data. It is data which is got in direct from the resource by way distributes quisioners to respondent. The example on this researche are 100 examples.

The result of the researche said that Sampoerna A Mild product of market segmentation is divided into two cluster groups. Cluster group one chooses A Mild smoke product more base on benefit factor and opini factor. White clucter group two more base on activity factor and interest factor. White their attributes on benefit factor include taste, price, tar subtain an low nicotin, the cover desaign and easely to get them. Opini factor, the attributes include healthy. It is based from successful, delicious is the main factor than price or product image an televisie is intertainment source. Activity factor includes to buy product which is easely to be got, keep stamina, relax in the home and like shopping. Interest factor, the attributes include trademark an mode.

Keyword : *Demografis Variable, Benefit Variable, Psikografis Variable*

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.

(Q.S. Al-Insyiroh : 6-7)

Hanya penderitaan hidup yang mengajarkan manusia untuk menghargai kebahagiaan dan kebaikan serta kebagusan hidup.

(hadits)

“Demi masa.

Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian. Kecuali orang-orang yang beriman dan beramal sholeh, dan nasehat-menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat-menasehati supaya menepati kebenaran”

(Qs. Al Ashar)

“Orang yang sedikit belajar seperti katak yang mengira kubangannya merupakan lautan”

(Peribahasa Mnyanmar)

Kupersembahkan Untuk:

** Bapak dan Ibu Tercinta, Kakak dan adekku*

** Kekasihku yang Kucintai*

** Teman-temanku semua*

“Terima Kasih atas doa dan Cintanya”

** Almamaterku*

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, ketabahan dan ketenangan hati sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK ROKOK SAMPOERNA A MILD DI KOTA YOGYAKARTA”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada kesempatan ini pula penulis meyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penelitian dan penyusunan skripsi yang penulis kerjakan ini. Ucapan terima kasih terutama penulis sampaikan untuk :

1. Ibu Dra Hasnah Rimiyati, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Sri handari Wahyuningsih, SE. M.Si selaku dosen wali yang telah banyak membantu selama menyelesaikan studi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Keluargaku tercinta, Bapak dan Ibu, Kakak serta Adekku yang terus memberikan dorongan semangat bagi penulis untuk terus dan terus berjuang dalam melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini..

4. Kekasihku “Pujek” TerCinta yang telah membantu menyelesaikan skripsi dan telah menemani hari-hariku..*I LOVE U Forever.....*
5. Sahabat-Sahabatku, Jiweng, Pendot stand “ ZUMA”, Bendot & Tata, Wahyu Polo, Dian Pajjah, yang telah bersama-sama melewati hari-hari baik *Suka maupun Duka*, Ayo semangat....!
6. Budi “BO”, Anen, Pajjan, Eka tinuk, Puguh, Bekti, “Pak Dhe Hendra dan teman-teman yang telah banyak membantu *Thanks a lot ya..*
7. Teman-teman di kost “Pondok Barokah” : Corden, Black & ita, Wisnu & Bentet, Kentung, Tomblok, Awang, Eok yang sudah bersama-sama melewati hari-hari yang berat namun tetap indah *Thanks for everything...!*
8. Terima kasih dan mohon maaf yang sebesar-besarnya bagi pihak-pihak lain yang telah membantu namun terlewatkan oleh penulis.

Semoga segala bantuan, bimbingan serta petunjuk yang telah diberikan mendapat balasan serta pahala dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan.

Yogyakarta, 4 November 2006

HARTONO

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN INTISARI	iv
HALAMAN ABSTRACT	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
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. Pengertian Pasar	7
B. Segmentasi Pasar.....	7
C. Tujuan Segmentasi.....	10
D. Tingkatan Segmentasi Pasar	11
1. Pemasaran Segmen.....	12
2. Pemasaran Celah	12
3. Pemasaran Lokal	12
4. Pemasaran Individual	12

E. Pola Segmentasi Pasar.....	12
1. Preferensi Homogen.....	12
2. Preferensi Yang Tersebar.....	12
3. Preferensi Terkelompok.....	12
F. Proses Segmentasi.....	12
1. Tahap Survei.....	12
2. Tahap Analisis.....	13
3. Tahap Pembentukan.....	13
G. Dasar Segmentasi Pasar.....	15
1. Segmentasi Geografis.....	17
2. Segmentasi Demografis.....	17
3. Segmentasi Psikografis.....	17
4. Segmentasi Perilaku.....	18
H. Alasan, Manfaat dan Kelemahan Segmentasi Pasar.....	19
I. Pasar Sasaran.....	21
J. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Obyek, Populasi dan Sampel Penelitian.....	24
1. Obyek Penelitian.....	24
2. Populasi.....	24
3. Sampel.....	24
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	25
C. Jenis Data.....	25
D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	26
F. Teknik Penggunaan Skala dan Pengukuran Variabel.....	29
G. Uji Kualitas Instrumen.....	30
1. Uji Validitas.....	30
2. Uji Reliabilitas.....	31
H. Analisis Data.....	31

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	37
A. Analisis Deskriptif Kualitatif	37
1. Umur Responden.....	38
2. Jenis Pekerjaan	39
3. Tingkat Pendapatan Responden	40
4. Tingkat Pendidikan Responden.....	41
5. Alasan Yang Mendorong Merokok.....	41
6. Tempat Yang Sering Dikunjungi Untuk Membeli Rokok..	43
7. Waktu Yang Paling Tepat Untuk Menghisap Rokok.....	44
8. Penilaian Harga Rokok A Mild	45
B. Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Reliabilitas	47
C. Analisis Data	48
1. Analisis Kuantitatif	48
a. Analisis Faktor	48
b. Analisis Cluster	55
1) Uji Anova.....	57
2) Analisis Sikap Konsumen	58
3) Profil Konsumen Rokok A Mild.....	60
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
2.1	Pemasaran Massal dan Pemasaran Segmentasi	9
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	38
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	40
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	41
4.5	Alasan Utama Menggunakan Rokok A Mild	42
4.6	Tempat Yang Sering Untuk Membeli Rokok A Mild	43
4.7	Waktu Yang Tepat Untuk Menghisap Rokok.....	44
4.8	Harga Rokok A Mild.....	45
4.9	Uji Validitas	46
4.10	Uji Reliabilitas	47
4.11	Hasil Komunalitas Variabel Manfaat.....	50
4.12	Hasil Komunalitas Variabel Psikografis.....	51
4.13	Eigenvalue Faktor Terpilih Pada Variabel Manfaat	52
4.14	Eigenvalue Faktor Terpilih Variabel Psikografis	52
4.15	Faktor-Faktor Variabel Psikografis.....	54
4.16	Pembagian Kelas Cluster	56
4.17	Distribusi Variabel Cluster.....	57
4.18	Uji Signifikansi (ANOVA)	58
4.19	Final Cluster Center	59
4.20	Uji Profil Karakteristik Responden	60
4.21	Profil Berdasarkan Usia Responden.....	61
4.22	Profil Berdasarkan Jenis Pekerjaan	62
4.23	Profil Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	63
4.24	Profil Berdasarkan Tingkat Pendidikan	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Bagan Variabel Segmentasi	16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1	Daftar Pertanyaan / Kuesioner	69
2	Data Hasil Penelitian.....	74
3	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	83
4	Hasil Analisis Faktor.....	85
5	Hasil Frekuensi Tabel	92
6	Hasil Quick Cluster	94