

**ANALISIS SEGMENTASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK EIGER DI BANDAR LAMPUNG**

SKRIPSI



Oleh
NANANG KHOIRUL AHMADI
1312110090

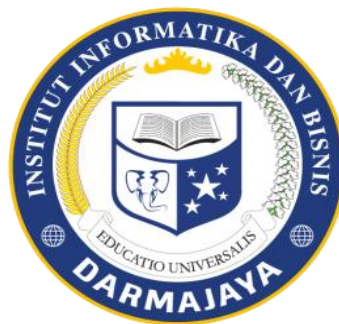
**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG
2017**

**ANALISIS SEGMENTASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK EIGER DI BANDAR LAMPUNG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA EKONOMI
Pada Jurusan Manajemen

Oleh
NANANG KHOIRUL AHMADI
1312110090



JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG
2017



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi atau karya pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka. Karya ini adalah milik saya dan pertanggung jawaban sepenuhnya berada dipundak saya.

Bandar Lampung, 06 September 2017

NanangKhoirulAhmadi
Npm : 1312110090

HALAMAN PERSETUJUAN

**JUDUL:ANALISIS SEGMENTASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBEIAN PRODUK EIGER DI BANDAR LAMUNG**

NAMA : NanangKhoirulAhmadi

NPM : 1312110090

JURUSAN : MANAJEMEN



Aswin, S.E., M.M

NIK. 10190605

HALAMAN PENGESAHAN

Pada tanggal 06 September 2017, ruang E.2.3 telah diselenggarakan sidang SKRIPSI dengan judul **ANALISIS SEGMENTASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER DI BANDAR LAMPUNG**, untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar SARJANA bagi mahasiswa :

NAMA : Nanang Khoirul Ahmadi

NPM : 1312110090

Program Studi : S1 MANAJEMEN

Dan telah dinyatakan **LULUS** oleh Dewan Penguji yang terdiri dari :

Nama	Status	Tanda Tangan
1. M. Ariza Eka Yusendra, S.Pi., M.M	Penguji I	_____
2. Niken Paramitasari, S.E., M.M	Penguji II	_____

Dekan Fakultas Bisnis & Ekonomi, IIB Darmajaya

Dr. Anuar Sanusi, S.E., M.Si.

NIK. 30010203

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Tambak Jaya pada tanggal 26 April 1994 putra ke 1 dari 2 saudara yang lahir dari pasangan Bapak Miswadi dan Ibu Samini.

Pendidikan yang pernah ditempuh :

1. Pada tahun 2007 menyelesaikan Sekolah di Madrasah Ibtidaiyah Miftahul Huda Waytenong Lampung Barat.
2. Pada tahun 2010 menyelesaikan Sekolah di Madrasah Tsanawiyah Miftahul Huda Waytenong Lampung Barat.
3. Pada tahun 2013 menyelesaikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 01 Sekincau Lampung Barat.
4. Pada tahun 2013 penulis terdaftar sebagai mahasiswa aktif pada IIB Darmajaya Bandar Lampung Pada Program Studi Manajemen.

Bandar Lampung, 06 September 2017

Nanang Khoirul Ahmadi
Npm : 1312110090

Persembahan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Dengan mengucap syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, kupersembahkan
sebuah karya kecil hasil jerih payah dan perjuanganku ini kepada:*

Ibu yang rela mengorbankan kesenangan hidup untuk anak-anaknya.

Ayah yang sudah berjuang keras untuk kami semua.

dan

*Adikku yang sedang sama-sama berjuang untuk membahagiakan orang tua
kita.*

Teman – teman seperjuangandalam gelar Sarjanaini

dan

Almamaterku IIB Darmajaya

MOTTO

“Sayaberdo’a, sayabelajar, sayaberusaha, sayamencobadansayabisa”

(Dian Novianto)

“Jadikanhariini yang terbaik, esokdanlusa yang paling baik di antara yang
terbaik”

(NanangKhoirulAhmadi)

ABSTRAK

ANALISIS SEGMENTASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER DI BANDAR LAMPUNG

Oleh
NANANG KHOIRUL AHMADI

Keputusan pembelian terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen, untuk itu dalam melakukan penjualan perlu diperhatikan hal tersebut. Keputusan pembelian adalah tindakan konsumen dalam usaha memenuhi keinginan dan kebutuhan yang merupakan proses penentuan sikap atau pembelian terhadap barang dan jasa untuk memahami perilaku konsumen dalam pembelian membutuhkan proses, dikarenakan setiap saat manusia mengalami perubahan. Perubahan yang akan berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumen diantaranya faktor Geografis, Demografis, Psikografis dan tingkah laku. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel segmentasi Demografis dan variabel segmentasi Psikografis berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Bandar Lampung. Sampel dalam penelitian ini pengguna produk Eiger di Bandar Lampung sebanyak 550 orang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode CHAID *Exhaustive*. Berdasarkan hasil penelitian penilaian menunjukkan terdapat pengaruh antar segmentasi demografi terhadap keputusan pembelian dan terdapat pengaruh antar segmentasi psikografi terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Segmentasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

ANALYSIS OF SEGMENTATION ON PURCHASE DECISION FOR EIGER PRODUCT IN BANDAR LAMPUNG

By

NANANG KHOIRUL AHMADI

Purchase decision is strongly affected by consumer behavior so that the purchase decision is needed for selling products. Moreover, the purchase decision is also the consumer behavior in effort to fulfill desire and need. In addition, the purchase decision is the process of deciding the attitude to purchase goods and services so that the consumer behavior needs its process because human experience changes in every moment. Changes directly affect the consumer behavior patterns including geographic, demographic, psychographic, and behavioral factors. The objective of this research was to determine whether the demographic and psychographic segmentation significantly affects the purchase decision on Eiger products in Bandar Lampung. Sample of this research was Eiger product users (550 people) in Bandar Lampung. The type of this research was a quantitative research with CHAID Exhaustive method. The result of this research was that there was an effect between the demographic segmentation and the purchase decision and there was an effect between psychographic segmentation and the purchase decision.

Keywords: Segmentation, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Segala Puji kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan perlindungan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **ANALISIS SEGMENTASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER DI BANDAR LAMPUNG**. Penulisan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program S1 Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomi Jurusan Manajemen di perguruan tinggi IIB Darmajaya Bandar Lampung.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini dari bantuan berbagai pihak, karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Ir. Firmansyah YA, MBA., M.Sc selaku Rektor IIB Darmajaya.
2. Bapak Dr. Anuar Sanusi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis Dan Ekonomi IIB Darmajaya.
3. Ibu Aswin, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen IIB Darmajaya.
4. Ibu Herlina, S.E., M.M. selaku pembimbing saya, yang telah membimbing serta mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai.
5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar terutama jurusan Manajemen yang telah membagi ilmu dan pengetahuan mereka yang bermanfaat kepada penyusun dalam pembelajaran.
6. Kepada kedua orang tuaku Bapak Miswadi dan Ibu Samini yang selalu setia berdoa dan mendukung secara material maupun spiritual selama penyusunan skripsi ini.
7. Kepada adikku tercinta Ahmad Saiful Muarif
8. Pihak Eiger yang telah memberi izin untuk melakukan penelitian

9. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan baik moril maupun materil selama ini.

10. Almamater tercinta IIB Darmajaya.

Penulis menyadari bahwa didalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga masih jauh dari kesempurnaan. Semua ini tidak luput dari keterbatasan penulis. Adanya kekurangan tersebut tidak menutup kemungkinan timbulnya kritikan serta saran dari berbagai pihak dan hal ini memang sangat penulis harapkan sehingga akan lebih memberikan pengetahuan kepada penulis yang lebih jauh dan lebih baik untuk kesempurnaan tulisan di masa mendatang.

Bandar Lampung, 06 September 2017
Penyusun,

Nanang Khoirul Ahmadi
NPM : 1312110090

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LatarBelakangMasalah.....	1
1.2 PerumusanMasalah	6
1.3 RuangLingkupPenelitian.....	7
1.3.1 RuangLingkupSubjek	7
1.3.2 RuangLingkupObjek	7
1.3.3 RuangLingkupTempat.....	7
1.3.4 RuangLingkupWaktu	7
1.3.5 RuangLingkupIlmuPenelitian	7
1.4 TujuanPenelitian	7

1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Bagi institusi pendidikan	8
1.5.2 Bagi Perusahaan	8
1.5.3 Bagi peneliti	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
1.6.1 Bab I Pendahuluan	8
1.6.2 Bab II Landasan Teori	8
1.6.3 Bab III Metode Penelitian	8
1.6.4 Bab IV Hasil Dan Pembahasan	9
1.6.5 Bab V Kesimpulan Dan Saran	9

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen pemasaran	10
2.2 Segmentasi Pasar	11
2.2.1 Pengertian Segmentasi Pasar	11
2.2.2 Kriteria Dan Syarat Segmentasi Pasar	13
2.2.3 Segmentasi Atas Jenis Atau Tipe Pasar	14
2.2.4 Segmentasi Pasar Konsumen	15
2.3 Segmentasi Pasar Geografis	16
2.4 Segmentasi Pasar Demografis	18
2.5 Segmentasi Pasar Psikografis	21
2.6 Segmentasi Pasar Tingkah Laku	22
2.7 Keputusan pembelian	24
2.7.1 Pengertian keputusan pembelian	24
2.7.2 Proses Pengambilan keputusan	25
2.7.3 Komponen Struktur Pembelian	26
2.8 Penelitian Terdahulu	26
2.9 Kerangka Pikir	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	30
----------------------------	----

3.2 Sumber Data	30
3.2.1 Data Primer	30
3.2.2 Data Sekunder	31
3.3 Metode Pengumpulan Data	31
3.4 Populasi dan Sampel	31
3.4.1 Populasi	31
3.4.2 Sampel	32
3.5 Variabel Penelitian	32
3.5.1 Variabel Independen (<i>independent variabel</i>)	32
3.5.2 Variabel Dependen (<i>dependent variabel</i>)	32
3.6 Definisi Operasional variabel	33
3.7 Metode analisis data	34
3.7.1 Uji CHAID <i>Exhaustive</i>	34
3.7.2 Variabel dalam metode CHAID	34
3.8 Algoritma CHAID	35
3.8.1 Uji <i>chi-square</i>	37
3.9 Uji Hipotesis	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data	41
4.2 Hasil Analisis Data	42
4.3 Pembahasan	44
4.3.1 Pengaruh Segmentasi Demografis (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	46
4.3.2 Pengaruh Segmentasi Psikografis (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	47

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	48
5.2 Saran	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TabelHalaman

1.1JumlahKonsumenProduk Di TokoEiger Bandar Lampung	3
1.2 HasilPrasurvey	4
2.1 VariabelSegmentasiUtamaUntukPasarKonsumen	12
2.2Penelitian Terdahulu	27
3.1 DefinisiOperasional Dan IndikatorVariabel.....	33
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.2 Respondenberdasarkan Umur.....	41
4.3 Respondenberdasarkantingkatpekerjaan	42
4.4 Nilai <i>p-value</i> dan <i>chi-square</i>	44
4.5Risk	45
4.6Clasification.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	25
2.2 Struktur Kerangka Pikir	29
4.1 Diagram Pohon CHAID.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Prasarvey
- Lampiran 2** KuesionerPenelitian
- Lampiran 3** HasilJawabanResponden
- Lampiran 4** HasilDiagram Pohon CHAID
- Lampiran 5** Hasil Risk
- Lampiran 6** Hasil Classification