

**ANALISIS STP (*SEGMENTING TARGETING POSITIONING*)
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PUPUK PADA UD. KAMAL
LESTARI ARJASA JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen



Oleh :
BUSTOMI ARWAN
15.1041.1167

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2022**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bustomi Arwan

NIM : 15.10.411.167

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Analisis STP (*Segmenting Targeting Positioning*) Terhadap Volume Penjualan Pupuk Pada Ud. Kamal Lestari Arjasa Jember; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 14 Januari 2022

Yang menyatakan,



Bustomi Arwan

NIM. 15.10.411.167

**ANALISIS STP (*SEGMENTING TARGETING POSITIONING*) TERHADAP
VOLUME PENJUALAN PUPUK PADA UD. KAMAL LESTARI ARJASA
JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen



Oleh :
BUSTOMI ARWAN
15.1041.1167

Pembimbing :

Dosen Pendamping Utama : Dr. Toni Herlambang, SE, MM.

Dosen Pembimbing Pendamping : Dr. Haris Hermawan, MM.



MOTTO

Dan janganlah kamu terlalu mengharapkan (ingin mendapat) limpah karunia yang Allah telah berikan kepada sebahagian dari kamu (untuk menjadikan mereka) melebihi sebagian yang lain (tentang harta benda, ilmu pengetahuan atau pangkat kebesaran). (Karena telah tetap) orang-orang lelaki ada bagian dari apa yang mereka usahakan; (maka berusahalah kamu) dan pohonkanlah kepada Allah akan limpah karunianya. Sesungguhnya Allah senantiasa mengetahui akan tiap-tiap sesuatu.

(QS. An Nisa' 032)

“Barang siapa menolong saudaranya yang membutuhkan maka Allah ta’ala akan menolongnya.

(HR. Muslim)

PERSEMBAHAN

Sujud syukur ku persembahkan pada ALLAH SWT yang maha kuasa, berkat dan rahmat detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupan yang diberikan-Nya hingga saat ini saya dapat mempersembahkan skripsi ku pada orang-orang tersayang:

Kedua orang tuaku Tercinta yang tak pernah lelah membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, serta memberi dukungan, perjuangan, motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini. Terima kasih buat Bapak dan Mak.

Saudaraku yang selalu memberikan dukungan, dan semangat.

Sahabatku Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan 2015 yang tidak bisa aku sebut satu persatu namanya, kalian biasa diluar.

Kepada Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan saya dalam mengerjakan skripsi ini, Terimakasih

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” Analisis STP (*Segmenting Targeting Positioning*) Terhadap Volume Penjualan Pupuk Pada Ud. Kamal Lestari Arjasa Jember”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Dr. Toni Herlambang, SE, M.M., selaku dosen pembimbing I dan Dr. Haris Hermawan, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Drs. Achmad Suharto, MP, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2015 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bias memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 14 Januari 2022
Penyusun

Bustomi Arwan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Konsep Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Perilaku Konsumen	8
2.1.3 Diferensiasi Kompetitif.....	9
2.1.4 Pengertian Strategi pemasaran.....	10
2.1.5 Strategi Pemasaran STP.....	10
2.1.6 Volume Penjualan.....	14
2.2 Tinjauan penelitian terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Konseptual.....	17
2.4 Hipotesis Penelitian	18
BAB 3 METODE PENELITIAN	19
3.1 Identifikasi Variabel	19
3.1.1 Variabel Bebas	19
3.1.2 Variabel Terikat	19
3.2 Definisi Operasional Variabel	19
3.3 Desain Penelitian	20
3.4 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel	21
3.5 Jenis dan Sumber Data	22
3.5.1 Data Sekunder	22
3.5.2 Data Primer	22

3.6	Teknik Pengumpulan Data	22
3.7	Teknik Analisis Data	23
3.7.1	Uji Instrumen Data	23
3.7.1.1	Uji Validitas.....	24
3.7.1.2	Uji Reliabilitas.....	24
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	24
3.7.2.1	Uji Normalitas	24
3.7.2.2	Uji Multikolinieritas	25
3.7.2.3	Uji Heteroskedastisitas	25
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda	25
3.7.4	Uji Hipotesis	26
3.7.4.1	Uji t.....	26
3.8	Analisis Koefisien Determinasi	26
BAB 4	HASIL DAN PENBAHASAN.....	27
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	27
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	27
4.1.2	Struktur Organisasi	27
4.2	Aspek Personalialia	28
4.2.1	Jumlah Tenaga Kerja	28
4.2.2	Jam Kerja	29
4.2.3	Sistem Upah	29
4.3	Aspek Pemasaran	29
4.4	Analisis Data	29
4.4.1	Uji Instrumen Data	29
4.4.1.1	Pengujian Validitas Data	29
4.4.1.2	Pengujian Reliabilitas Data	30
4.5	Jenis Data Untuk Kebutuhan Analisis.....	30
4.5.1	Diskriptif Statistik Responden	30
4.5.2	Diskriptif Variabel Penelitian	31
4.5.2.1	<i>Segmenting (X1)</i>	31
4.5.2.2	<i>Targeting (X2)</i>	33
4.5.2.3	<i>Positioning (X3)</i>	34
4.5.2.4	Volume Penjualan (Y).....	36
4.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda	37
4.5.4	Pengujian Asumsi Klasik	38
4.5.4.1	Pengujian Normalitas	38
4.5.4.2	Pengujian Multikolinearitas	39
4.5.4.3	Pengujian Heterokedastisitas	39
4.5.5	Pengujian Hipotesis	40
4.5.5.1	Uji t	40
4.6	Koefisien Determinasi	41
4.7	Pembahasan	41
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	43
5.1	Kesimpulan	43

5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Omset Penjualan UD. Kamal Lestari Jember	4
Tabel 2.1: Keterkaitan Strategi Pemasaran.....	14
Tabel 2.2: Tinjauan penelitian terdahulu.....	16
Tabel 4.1: Hasil Pengujian Validitas	29
Tabel 4.2: Hasil Pengujian Reliabilitas	30
Tabel 4.3: Statistik deskriptif Responden	31
Tabel 4.4: Frekuensi pernyataan responden terhadap <i>segmenting</i> ...	31
Tabel 4.5: Pernyataan responden terhadap <i>targeting</i>	33
Tabel 4.6: Pernyataan responden terhadap <i>positioning</i>	34
Tabel 4.7: Pernyataan responden terhadap volume penjualan.....	36
Tabel 4.8: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	37
Tabel 4.9: Hasil Hasil Uji Multikolinearitas	39
Tabel 4.10: Hasil Uji t	40
Tabel 4.11: Hasil Uji Koefisien Determinasi	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1:	Model 5 Tahap Proses Pembelian	8
Gambar 2.2:	Kerangka Pemikiran Penelitian	17
Gambar 4.1:	Struktur Organisasi UD. Kamal Lestari Jember.....	28
Gambar 4.2:	Hasil Pengujian Normalitas	39
Gambar 4.3:	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	40

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1: Pengantar Kuesioner, Petunjuk Pengisian Kuesioner,
Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 2: Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN 3: Uji Validitas
- LAMPIRAN 4: Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 5: Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji
Hipotesis
- LAMPIRAN 6: Tabel Distribusi Product Moment & T Tabel
- LAMPIRAN 7: Dokumentasi Penelitian
- LAMPIRAN 8: Surat Izin Penelitian