

**PENGARUH *SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PERTASHOP UD. GOTONG ROYONG**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi
Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Faidul Mannan
NIM : 1810411087
Program Studi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: *PENGARUH SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PERTA SHOP UD.GOTONG ROYONG*, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi 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 dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 20 Oktober 2022

Yang menyatakan,



Faidul Mannan
NIM. 1810411087



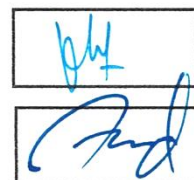
**PENGARUH *SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PERTA SHOP UD.GOTONG ROYONG**



Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Feti Fatimah, SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Ahmad Izzudin, SE., MM



PENGESAHAN

Skripsi berjudul: *PENGARUH SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PERTA SHOP UD.GOTONG ROYONG, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Faidul Mannan
NIM : 1810411087
Hari : Kamis
Tanggal : 20 Oktober 2022
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Budi Santoso, SE, MM, M.Akun
NPK : 10.03.711

Anggota 1,



Feti Fatimah, SE, MM
NPK : 1979052510709622

Anggota 2,



Ahmad Izzudin, SE., MM
NPK : 1990100711605788

Mengesahkan :

Dekan,



Maheni Ika Sari, SE, MM
NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,



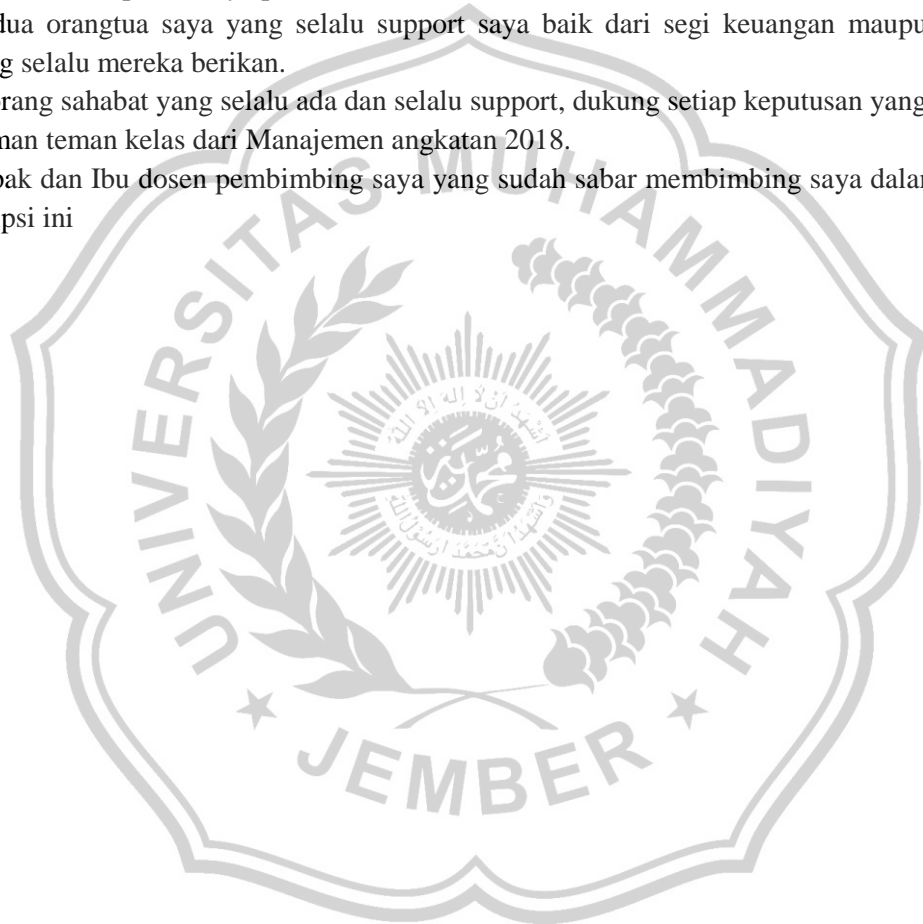
A. Hasan Hafidzi, SE, MM
NPK : 19860514.1.1703796

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya, nikmat kesehatan, serta pemahaman dan kehadiran Allah Subhanhu Wata'ala atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *PENGARUH SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PERTA SHOP UD.GOTONG ROYONG*, Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orangtua saya yang selalu support saya baik dari segi keuangan maupun dukungan yang selalu mereka berikan.
2. Seorang sahabat yang selalu ada dan selalu support, dukung setiap keputusan yang saya ambil.
3. Teman teman kelas dari Manajemen angkatan 2018.
4. Bapak dan Ibu dosen pembimbing saya yang sudah sabar membimbing saya dalam menyusun skripsi ini



MOTTO

“sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S. Al Insyiroh: 6)

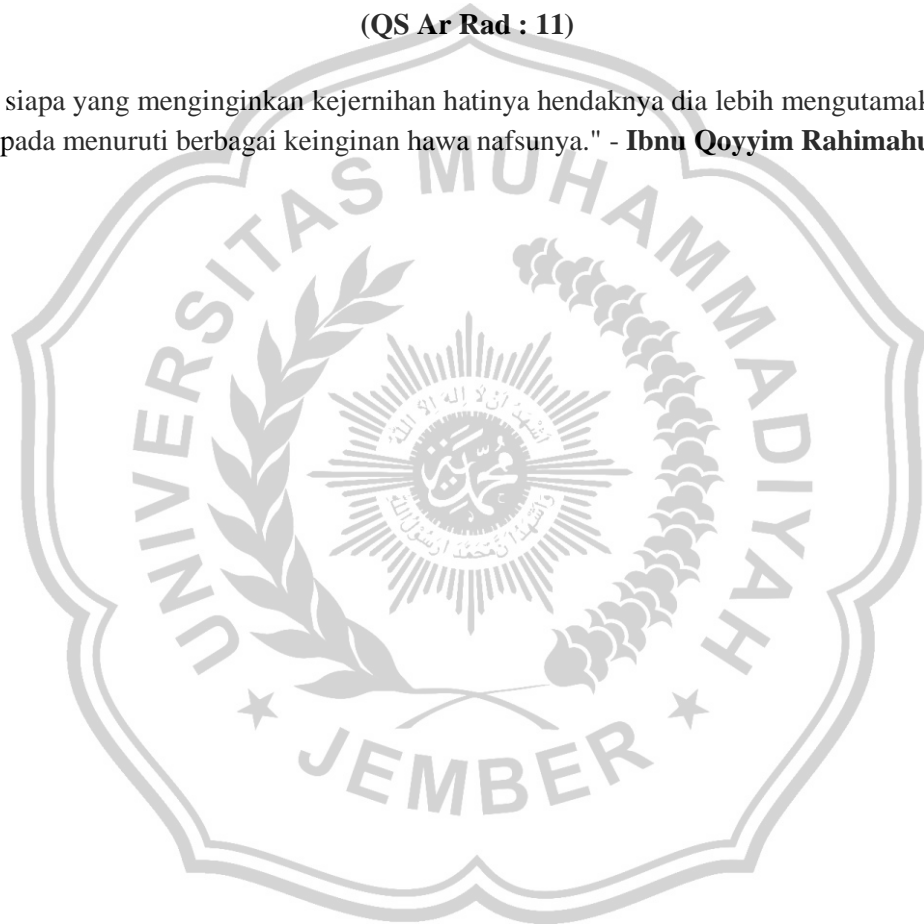
"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

(Al Baqarah : 286)

"Seungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri."

(QS Ar Rad : 11)

"Barang siapa yang menginginkan kejernihan hatinya hendaknya dia lebih mengutamakan Allah daripada menuruti berbagai keinginan hawa nafsunya." - **Ibnu Qoyyim Rahimahullah**



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupanjatkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul *PENGARUH SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PERTA SHOP UD.GOTONG ROYONG*. Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Bapak Budi Santoso, SE, MM, M.Akun selaku dosen ketua penguji
3. Ibu Feti Fatimah, SE, MM selaku dosen pembimbing 1
4. Bapak Ahmad Izzudin, SE., MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
6. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember,

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Segmentasi.....	7
2.1.2 Dasar Segmentasi Pasar.....	7
2.1.3 Jenis-jenis Segmentasi.....	8
2.1.4 Manfaat Segmentasi.....	8
2.1.5 <i>Targeting</i>	10
2.1.6 Jenis Strategi Target Pasar.....	10
2.1.7 <i>Positioning</i>	10
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.9 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen.....	12
2.2 Penelitian terdahulu	13
2.3 Kerangka konseptual	17
2.4 Hipotesis	18
2.4.1 Pengaruh <i>Segmentasi</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.4.2 Pengaruh <i>Targeting</i> terhadap keputusan pembelian.....	18
2.4.3 Pengaruh <i>Positioning</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
BAB 3	19
METODE PENELITIAN	19
3.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	19
3.1.1 Variabel Bebas (Independen).....	19
3.1.2 Variabel Terikat (Dependen).....	19
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	19
3.2.1 Variabel Independen.....	19
3.2.2 Variabel Dependen.....	21
3.3 Desain Penelitian.....	21
3.4 Jenis Data.....	21
3.4.1 Data Primer.....	21
3.4.2 Data Sekunder.....	21
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	21
3.5.1 Populasi.....	21
3.5.2 Sampel.....	22

3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	22
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.7 Teknik Analisis Data.....	22
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	22
3.7.2 Uji Instrumen Data	23
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	23
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	24
3.7.5 Uji Hipotesis	24
3.7.6 Analisis Koefisien Determinasi	25
BAB 4.....	26
HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	26
4.1.1 Profil Usaha Pertashop UD.Gotong Royong	26
4.2 Hasil Analisis Data	27
4.1.1 Hasil Uji Instrumen Data.....	35
4.1.2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	36
4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	37
4.1.4 Hasil Uji Hipotesis.....	38
4.1.5 Hasil Koefisien Determinasi Berganda (R ²)	39
4.2 Pembahasan.....	40
4.2.1 Pengaruh Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
4.2.2 Pengaruh <i>Targeting</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
4.2.3 Pengaruh <i>Positioning</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
BAB 5.....	42
KESIMPULAN DAN SARAN	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
Lampiran-Lampiran.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1	Pertashop Di Kecamatan Besuki	5
1.2	Penjualan Bensin Pertashop UD. Gotong Royong	5
2.1	Penelitian Terdahulu	13
4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	26
4.2	Karakteristik responden berdasarkan Umur Konsumen	27
4.3	Karakteristik responden berdasarkan Jumlah Pembelian	27
4.4	Segmentasi (X1)	28
4.5	Segmentasi (X1)	28
4.6	Segmentasi (X1)	28
4.7	Segmentasi (X1)	29
4.8	Targeting (X2)	29
4.9	Targeting (X2)	29
4.10	Targeting (X2)	30
4.11	Targeting (X2)	30
4.12	Positioning (X3)	30
4.13	Positioning (X3)	31
4.14	Positioning (X3)	31
4.15	Positioning (X3)	32
4.16	Keputusan Pembelian (Y)	32
4.17	Keputusan Pembelian (Y)	32
4.18	Keputusan Pembelian (Y)	33
4.19	Keputusan Pembelian (Y)	33
4.20	Hasil Uji Validitas	34
4.21	Hasil Uji Reliabilitas	35
4.22	Analisis Regresi Linier Berganda	35
4.23	Hasil Uji Multikolonieritas	37
4.24	Hasil Uji t	38
4.25	Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1 Kerangka Konseptual	17
4.1 Struktur organisasi Pertashop UD.Gotong Royong	26
4.2 Hasil Uji Normalitas.....	37
4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	38



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Data Responden
3. Karakteristik Responden
4. Hasil Tanggapan Responden
5. Uji Validitas Dan Reliabilitas
6. Uji Asumsi Klasik
7. Uji Regresi Linier Berganda
8. Dokumentasi

