

PROPOSAL SKRIPSI

Analisis STP (*Segmenting Targeting Positioning*) Pada Café Rame-Rame Jember



Oleh :

Hamzah

NIM. 1510411232

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2019

Analisis STP (*Segmenting Targeting Positioning*) Pada Café Rame-Rame Jember

Oleh:

**Hamzah
NIM. 1510411232**



Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama : Drs. Anwar, M.Sc

Dosen Pembimbing Pendamping : Haris Hermawan, SE, MM

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hamzah
NIM : 15.10.411.232
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) Terhadap Volume Penjualan Pada Café Rame-Rame 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.

Hamzah
15.10.411.232
Jember, Agustus 2019
Yang menyatakan,



Hamzah
NIM. 15.10.411.232

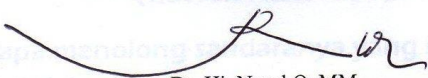
LEMBAR ORISINILITAS

PENGESAHAN


Skripsi berjudul; Analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) Terhadap Volume Penjualan Pada Café Rame-Rame Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Hamzah
NIM : 15.1041.1232
Hari : Kamis
Tanggal : 08 Agustus 2019
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

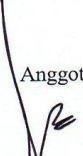
Tim Penguji,


Dr. Hji. Nurul Q. MM
NPK 06 034 26

Anggota 1,



Drs. Anwar. M.Sc
NPK 85 03 125

Anggota 2,

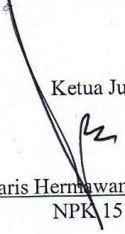

Haris Hermawan, SE, MM
NPK 15 03 640

Mengesahkan:

Dekan,


Dr. Arif Susbiyanti, Ms
NPK 04 09 289

Ketua Jurusan,


Haris Hermawan, SE, MM
NPK 15 03 640

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 Pada Café Rame-Rame 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. Dr. Arik Susbiyani, Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Haris Hermawan, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Drs. Anwar, M.Sc, selaku dosen pembimbing I dan Haris Hermawan, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Dr. Hj. Nurul Q, MM, 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, Agustus 2019
Penyusun

Hamzah



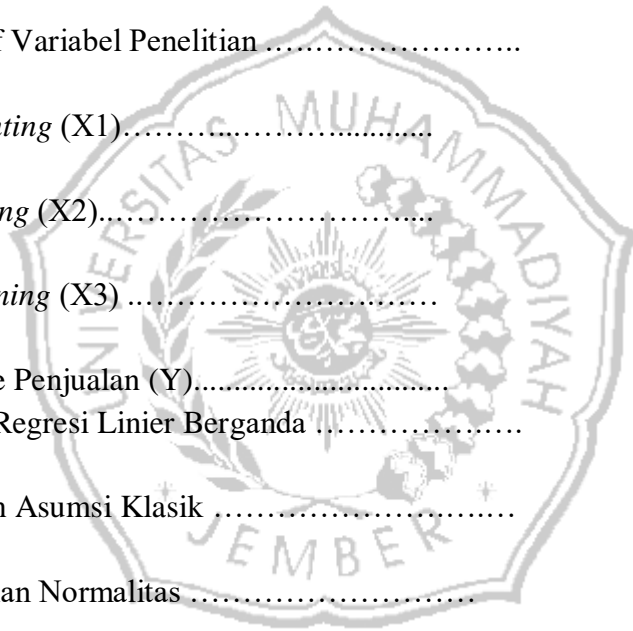
DAFTAR ISI

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	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Konsep Manajemen Pemasaran	6
2.1.2 Perilaku Konsumen	6
2.1.3 Diferensiasi Kompetitif.....	8

	2.1.4 Pengertian Strategi pemasaran.....	
	9	
	2.1.5 Strategi Pemasaran STP.....	
	9	
	2.1.6 Volume Penjualan	13
	2.2 Tinjauan penelitian terdahulu..	
14		
	2.3 Kerangka Konseptual	
16		
	2.4 Hipotesis	
16		
	BAB 3 METODE PENELITIAN	
17		
	3.1 Identifikasi Variabel	
	17	
	3.1.1 Variabel Bebas	
	17	
	3.1.2 Variabel Terikat	
	17	
	3.2 Definisi Operasional Variabel	
	17	
	3.3 Desain Penelitian	
	18	
	3.4 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel ...	
	19	
	3.5 Jenis dan Sumber Data	
	20	
	3.5.1 Data Sekunder	
	20	
	3.5.2 Data Primer	
	20	
	3.6 Metode Pengumpulan Data	
	20	
	3.7 Teknik Analisis Data	
	21	
	3.7.1 Uji Instrumen Data	
	21	

3.7.1.1 Uji Validitas.....	21
3.7.1.2 Uji Reliabilitas.....	22
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	22
3.7.2.1 Uji Normalitas	22
3.7.2.2 Uji Multikolinieritas	22
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas	23
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	23
3.7.4 Uji Hipotesis	23
3.7.4.1 Uji t.....	24
3.8 Analisis Koefisien Determinasi	24
BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	25
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	25
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	25
4.1.2 Struktur Organisasi	25
4.2 Aspek Personalia	26
4.2.1 Jumlah Tenaga Kerja	26
4.2.2 Jam Kerja	27
4.2.3 Sistem Upah	27
4.3 Aspek Pemasaran	27

4.4 Analisis Data	27
4.4.1 Uji Instrumen Data	27
4.4.1.1 Pengujian Validitas Data	27
4.4.1.2 Pengujian Reliabilitas Data	28
4.5 Jenis Data Untuk Kebutuhan Analisis.....	29
4.5.1 Diskriptif Statistik Responden	29
4.5.2 Diskriptif Variabel Penelitian	29
4.5.2.1 <i>Segmenting</i> (X1).....	29
4.5.2.2 <i>Targeting</i> (X2).....	31
4.5.2.3 <i>Positioning</i> (X3)	32
4.5.2.4 Volume Penjualan (Y).....	33
4.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda	35
4.5.4 Pengujian Asumsi Klasik	36
4.5.4.1 Pengujian Normalitas	36
4.5.4.2 Pengujian Multikolinearitas	37
4.5.4.3 Pengujian Heterokedastisitas	37
4.5.5 Pengujian Hipotesis	38
4.5.5.1 Uji t	38
4.6 Koefisien Determinasi	39



4.7 Pembahasan	
39	
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
41	
5.1 Kesimpulan
41	
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	
42	



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

