



**PENGARUH STRATEGI SEGMENTASI, TARGETING, DAN  
POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SOFTDRINK  
MEREK NU GREEN TEA DI LINGKUNGAN PERUMAHAN SEMERU  
KEC. SUMBERSARI JEMBER**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**Agustin Putriani  
NIM. 14.1041.1257**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2019**

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agustin Putriani

NIM : 1410411257

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENGARUH STRATEGI SEGMENTASI, TARGETING, DAN POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SOFTDRINK MEREK NU GREEN TEA DI LINGKUNGAN PERUMAHAN SEMERU Kec. SUMBERSARI 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 dimuka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak – pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 02 April 2019

Yang menyatakan,

Agustin Putriani

NIM. 1410411257

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul: PENGARUH STRATEGI SEGMENTASI, TARGETING, DAN POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SOFTDRINK MEREK NU GREEN TEA DI LINGKUNGAN PERUMAHAN SEMERU Kec. SUMBERSARI JEMBER telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada

Hari : Selasa

Tanggal : 02 April 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Drs. M. Naely Azhad, M.SI  
NPK 196612311993031006

Anggota 1,

Anggota 2,

Bayu Wijayanti, SE, MM  
NPK 10 09 061

Nur Saidah SE, MM  
NPK 15 09 637

Mengesahkan,

Dekan,

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbiyani, Msi  
NPK 01 09 289

Drs. Anwar, Msc  
NPK 85 03 125

## MOTTO

*“Ing Ngarso Sung Tuladha, Ing Madya Mangun Karso, Tut Wuri Handayani. (Kita harus bisa menjadi contoh, harus mempunyai kemauan dan cita-cita serta dapat memberi semangat)”*

*(Ki Hajar Dewantara)*

*“Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah memudahkannya mendapat jalan syurga”*

*(H.R Muslim)*

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”*

*(QS. Al-Insyirah: 6-8)*

## PERSEMBAHAN

Hasil karya tulis ini kupersembahkan untuk semua orang yang menjadi bagian dalam hidupku :

- ❖ **Allah SWT**, segala puji syukur atas kehadiran-Nya yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan diberikan kemudahan.
- ❖ **Riyanto dan Poniem** kedua orang tuaku tercinta yang sudah mendidik, membesarkan saya dan memberikan motivasi saat mengerjakan skripsi ini, tanpa kenal lelah rela bekerja keras dalam membiayai kuliahku sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ **Nenekku terkasih**, yang selalu mendoakan aku selama ini.
- ❖ **Bahrul Ulum**, orang yang aku kasihi dan aku sayangi yang selalu memberikan dukungan serta setia menemaniku selama ini.
- ❖ Kepada dosen pembimbingku **Ibu Bayu Wijayanti dan Ibu Nur Saidah**, terima kasih atas bimbingan serta kesabarannya dalam membimbing dan memberikan masukan terbaik, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
- ❖ **Bapak M. Naely Azhad** selaku dosen Penguji terima kasih atas bimbingan dan memberikan masukan terbaik, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
- ❖ Sahabat-sahabat Tercinta **Anissaul Istifadah, Evi Dwi Mey W, Desy Khoirun Nisa', Novita Wahyu Ningsih, Myta Aprilian, Fiera Retno H, Dani, Ihsan, Ridho, M. Lucyl (Kadal Mrengud Squad), Eka Fitriani**, yang selalu memberikan support dan motivasi, semangat, dukungan dan doa sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
- ❖ Seluruh teman-teman seperjuangan manajemen angkatan 2014 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
- ❖ Almamater yang aku banggakan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Strategi Segmentasi, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Softdrink Merek Nu Green Tea di Lingkungan Perumahan Semeru Kec. Sumbersari Jember”

Peneliti merasa bahwa dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapat masukan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Ir. M. Hazmi, DESS., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Dr. Arik Susbiyani, MSi., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Drs. Anwar, MSc., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak Drs. M. Naely Azhad, M,Si selaku dosen Penguji terima kasih atas bimbingan dan memberikan masukan terbaik, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Bayu Wijayanti, SE, MM., selaku pembimbing I dan Ibu Nur Saidah SE, MM., selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi pengarahan perbaikan serta memberikan saran dan petunjuk dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
7. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan doa dan semangat.
8. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember 2014.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun bagi penelitian ini. Akhir kata peneliti mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya dan sebagai wahana menambah pengetahuan serta pemikiran. Semoga Allah SWT tetap memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Amin.

Jember, 02 April 2019

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 <u>L</u> atar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.1.1 Tujuan Pemasaran .....	9
2.1.2 Fungsi Pemasaran .....	10
2.1.3 Manajemen Pemasaran .....	12
2.1.4 Konsep Pemasaran .....	12
2.1.5 Segmentasi .....	13
2.1.6 Targeting .....	15
2.1.7 Positioning .....	16
2.1.8 Perilaku Konsumen .....	18
2.1.9 Keputusan Pembelian .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Kerangka Konseptual .....	24
2.4 Hipotesis Penelitian .....	25
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Identifikasi Variabel .....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	27
3.2.1 Variabel Independen .....	27
3.2.2 Variabel Dependen.....	29
3.3 Desain Penelitian .....	30

3.4	Jenis dan Sumber Data .....	31
3.4.1	Data Primer .....	31
3.4.2	Data Sekunder .....	31
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan sampel .....	31
3.5.1	Populasi .....	31
3.5.2	Sampel .....	32
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.6.1	Kuesioner .....	33
3.6.2	Studi Pustaka .....	33
3.7	Skala Pengukuran .....	33
3.8	Teknik Analisis Data.....	34
3.8.1	Statistic Deskriptif.....	34
3.8.2	Uji Instrumen Data.....	34
3.8.2.1	Uji Validitas .....	34
3.8.2.2	Uji Reliabilitas .....	35
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
3.8.4	Uji Asumsi Klasik .....	36
3.8.4.1	Uji Multikolinearitas .....	36
3.8.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.8.4.3	Uji Normalitas.....	37
3.8.5	Uji Hipotesis .....	38
3.8.5.1	Uji T .....	38
3.8.6	Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) .....	38
<b>BAB 4</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	39
4.1.1	Sejarah singkat Nu Green Tea .....	39
4.1.2	Perkembangan Nu Green Tea .....	40
4.1.3	Visi dan misi PT ABC <i>President</i> Indonesia .....	42
4.2	Hasil Analisis Data .....	42
4.2.1	Statistic Deskriptif .....	42



4.2.1.1	Karakteristik Responden .....	42
4.2.2	Deskriptif Statistik Variabel Penelitian .....	44
4.2.2.1	Segmentasi .....	44
4.2.2.2	Targeting .....	46
4.2.2.3	Positioning .....	48
4.2.2.4	Keputusan Pembelian .....	50
4.2.3	Uji Instrumen Data .....	52
4.2.3.1	Pengujian Validitas Data .....	52
4.2.3.2	Pengujian Reliabilitas Data .....	53
4.2.4	Analisis Regresi Linear Berganda .....	54
4.2.5	Uji Asumsi Klasik .....	56
4.2.5.1	Pengujian Multikolinearitas .....	56
4.2.5.2	Pengujian Heteroskedastisitas .....	57
4.2.5.3	Pengujian Normalitas .....	58
4.2.6	Uji Hipotesis .....	59
4.2.6.1	Uji T .....	59
4.2.7	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	61
4.2	Pembahasan .....	61
<b>BAB 5</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
5.1	Kesimpulan .....	64
5.2	Saran .....	64
5.2.1	Bagi Perusahaan .....	64
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>66</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Produksi Teh di Indonesia .....	2
Tabel 1.2	Daftar Top Brand Teh Hijau dalam Kemasan .....	3
Tabel 1.3	Market Share Teh Hijau .....	3
Tabel 1.4	Perbandingan Toko Sumber Agung, Toko Rezeki, Toko Dian .....	6
Tabel 1.5	Tabel Prasurevei .....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia .....	43
Tabel 4.3	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Segmentasi .....	45
Tabel 4.4	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Targeting .....	47
Tabel 4.5	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Positioning .....	49
Tabel 4.6	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian ..	51
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Validitas .....	53
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	54
Tabel 4.9	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas .....	57
Tabel 4.11	Hasil Uji T .....	60
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	21
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	24
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	58
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Rekapitulasi Kuesioner Frekuensi
- Lampiran 3 Frekuensi Pernyataan Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 7 Tabel Distribusi t



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Khoirul. 2017. Jurnal *“Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan pembelian Produk Eiger Di Bandar Lampung”*. Lampung
- Buchari Alma. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jogiyanto, 2010. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Edisi IV, Andi Offset, Yogyakarta.
- Kartajaya, Hermawan, 2009. *MarkPlus Basics*. Jakarta: Erlangga.
- Kholish, Nur. 2016. Jurnal *“Analisis Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Starbucks Coffee Balikpapan”*.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip, dan Keller Kevin Lane 2007. *Manajemen Pemasaran*, Dialih Bahasakan Oleh Benjamin Molan, Buku Kesatu, Edisi Kedua Belas. Jakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Puji. 2017. Jurnal *“Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Merek Zoya Pada Mahasiswa Pasca Sarjana Universitas BSI serta Dampaknya Terhadap Brand Loyalty”*.
- Moh.Nazir, 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Nurtjahjani, Fullchis. 2017. Jurnal **“Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Speedy Di Pt Telekomunikasi Indonesia Cabang Malang”**. Malang

Prayitno. Duwi. 2010. **Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS**. MediaKom. Yogyakarta.

Sugiyono. 2012. **Memahami Penelitian Kualitatif**. Bandung :Alfabeta.

Web :

<http://marketeers.com>

<http://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/11593/2/H09daa.pdf>

[www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

<http://e-journal.uajy.ac.id/4269/3/2KOM03901.pdf>

<http://marketeers.com/kiat-nu-green-tea-capai-pertumbuhan-15/>

