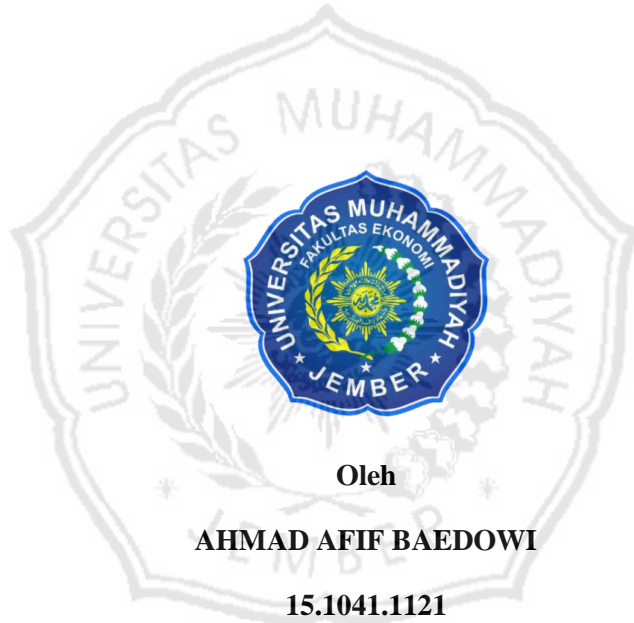


**ANALISIS SEGMENTING, TARGETING, AND POSITIONING DALAM
RANGKA MENINGKATKAN DAYA SAING MELALUI STRATEGI
PEMASARAN PRODUK PADA KONTER WTC CELLULER JAJAG
BANYUWANGI**

SKRIPSI

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



Oleh

AHMAD AFIF BAEDOWI

15.1041.1121

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

2019

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : AHMAD AFIF BAEDOWI

NIM : 15.1041.1121

Prodi : MANAJEMEN

Mengatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : ANALISIS SEGMENTING, TARGETING, AND POSITIONING DALAM RANGKA MENINGKATKAN DAYA SAING MELALUI STRATEGI PEMASARAN PRODUK PADA KONTER WTC CELLULER JAJAG BANYUWANGI; 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.

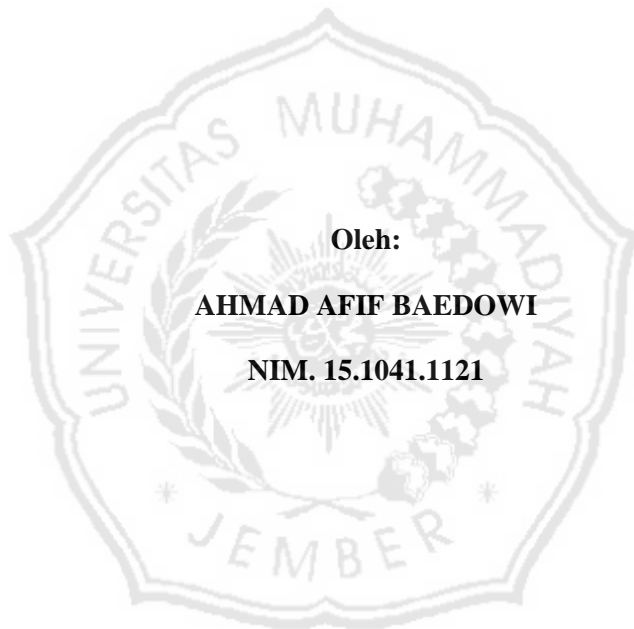
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang di rugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 25 April 2019
Yang menyatakan

Ahmad Afif Baedowi
NIM. 15.1041.1121

SKRIPSI

ANALISIS SEGMENTING, TARGETING, AND POSITIONING DALAM RANGKA MENINGKATKAN DAYA SAING MELALUI STRATEGI PEMASARAN PRODUK PADA KONTER WTC CELLULER JAJAG BANYUWANGI

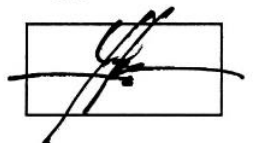


Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Akhmad Suharto M.P.



Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan W., SE. MM.



PENGESAHAN

Skripsi berjudul: *Analisis Segmenting, Targeting, and Positioning* Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Melalui Strategi Pemasaran Produk Pada Konter WTC Celluler Jajag Banyuwangi

Telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

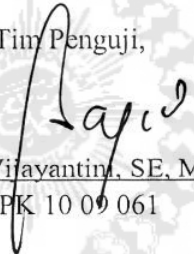
Nama : AHMAD AFIF BAEDOWI

Hari : Kamis

Tanggal : 25 April 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

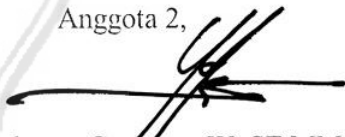
Tim Penguji,


Bayu Wijayantini, SE, MM
NPK 10 09 061

Anggota 1,


Drs. Akhmad Suharto, M.P
NPK 89 06 242

Anggota 2,

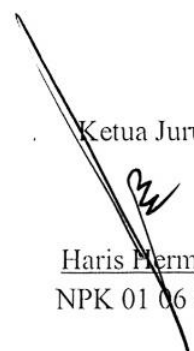

Yohanes Gunawan W., SE, MM
NPK 17 03 794


Dekan,

Dr. Arik Susbiyahi, SE, M.Si
NPK 01 09 289

Mengesahkan:

Ketua Jurusan,


Haris Permawan, SE, MM
NPK 01 06 801

PERSEMBAHAN

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 Segmenting, Targeting, and Positioning* Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Melalui Strategi Pemasaran Produk Pada Konter WTC Celluler Jajag Banyuwangi

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:

1. Dr. Arik Susbiyani. SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Haris Hermawan. SE,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Drs.Akhmad Suharto M.P, selaku dosen pembimbing I dan Yohanes Gunawan W.,SE.MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
5. Ayahku bapak Riyono dan ibu ku ibu Suryati nenekku dan juga adek-adekku yang aku sayangi, 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.
6. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
7. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2015 yang telah memberikan semangat dan dukungannya, Gilang Nurdiansyah, Andi Muhammad F serta kekasih yang selalu memberi dukungan dan teman-teman yang lain.
8. 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, 25 april 2019
Penyusun

Ahmad Afif Baedowi



MOTTO

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

(QS.Al-insyirah,6-8)

“Waktu adalah pedang. Jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik (untuk memotong), maka ia akan memanfaatkanmu (dipotong).”

(HR. Muslim)

“Memulai dengan penuh keyakinan menjalankan dengan penuh keiklasan
Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan.”

(Mario Teguh)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunianya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ANALISIS SEGMENTING, TARGETING, AND POSITIONING DALAM RANGKA MENINGKATKAN DAYA SAING MELALUI STRATEGI PEMASARAN PRODUK PADA KONTER WTC CELLULER JAJAG BANYUWANGI”.

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. Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis, Haris Hermawan, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.

Rekan-rekan penulis dan seluruh karyawan pemerintah daerah kabupaten Jember yang telah banyak memberikan bantuan ikut berperan dalam memperlancar penelitian dan penulisan skripsi ini. Sujud dan terima kasih yang dalam penulis persembahkan kepada Bunda dan Ayahanda tercinta, atas dorongan yang kuat, kebijaksanaan dan do'a.

Jember, April 2019
Penulis

Ahmad Afif Baedowi
NIM.15.1041.1121

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULIS	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRAKT	ix
KATA PENGANTAR	x
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
1.3.1 Tujuan Umum.....	5
1.3.2 Tujuan Khusus.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	9
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.3.1 Produk (<i>product</i>).....	12
2.1.3.2 Harga.....	12
2.1.3.3 Promosi.....	13
2.1.3.4 Distribusi.....	13
2.1.4 Segmentasi.....	14
2.1.4.1 Definisi Segmentasi.....	14
2.1.4.2 Tujuan Segmentasi.....	17
2.1.4.3 Dasar-Dasar Segmentasi.....	18
2.1.4.4 Syarat Segmentasi.....	19
2.1.5 Target (<i>targeting</i>).....	20
2.1.6 Posisi (<i>positioning</i>).....	22
2.1.7 Konsep Volume Penjualan.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28

BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Devinsi Operasional.....	30
3.2 Desain Penelitian.....	30
3.3 Jenis Data.....	31
3.3.1 Data Primer.....	31
3.3.2 Data Sekunder.....	31
3.4 Populasi Dan Sampel Penelitian.....	32
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.6 Instrumen Penelitian.....	33
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1 Analisis Data Kuantitatif.....	33
3.7.2 Analisis Data Kualitatif.....	34
3.8 Penyajian Data.....	34
3.9 Kerangka Penyajian.....	34
BAB IV PEMBAHASAN.....	36
4.1 Sejarah Berdirinya Konter WTC Celluler.....	36
4.1.1 Profil Perusahaan Konter WTC Celluler.....	36
4.1.2 Visi Konter WTC Celluler.....	36
4.1.3 Misi Konter WTC Celluler.....	37
4.1.4 Uraian Tugas dan Struktur Organisasi.....	37
4.1.5 Alur Kerja Konter WTC Celluler.....	39
4.1.6 Tujuan Perusahaan.....	40
4.1.7 Volume Penjualan Perusahaan.....	40
4.2 Hasil Analisis Data.....	42
4.2.1 Analisis Data Kuantitatif.....	42
4.2.2.1 Segmentasi Demografi.....	43
4.2.2.2 Segmentasi Geografi.....	45
4.2.2.3 Segmentasi Psikografi.....	47
4.2.2 Segmentasi Pelanggan.....	49
4.2.2.1 Target Pelanggan.....	50
4.2.2.2 Posisi Pelanggan.....	50
4.2.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
4.2.3.1 Keterbatasan Penelitian.....	51
4.2.3.2 Segmentasi.....	52
4.2.3.2.1 Segmentasi Demografi.....	52
4.2.3.2.2 Segmentasi Geografi.....	55
4.2.3.2.3 Segmentasi Psikografi.....	56
4.2.3.3 Penetapan Target.....	57
4.2.3.4 Posisi Pasar Konter WTC Celluler.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60

5.2 Saran.....	61
5.2.1 Saran Pemilik Konter WTC Cellular.....	62
5.2.2 Saran Untuk Pihak Manajemen Konter WTC Cellular.....	62
5.2.3 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Daftar Volume Penjualan <i>Smartphone</i> di Indonesia.....	1
Tabel 1.2 Persaingan Pasar.....	3
Tabel 2.1 Perbedaan Pemasaran Massal Dan Segmentasi.....	16
Tabel 2.2 Strategi Segmentasi Menurut Beberapa Pakar Marketing.....	17
Tabel 2.3 Variabel Dan Segmentasi Menurut Pakar Marketing.....	18
Tabel 2.4 Penetapan Sasaran Dan Posisi.....	25
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 2.6 Kerangka Konseptual.....	28
Tabel 4.1 Struktur Organisasi.....	31
Tabel 4.2 Skema Alur Kerja Konter WTC Cellular.....	39
Tabel 4.3 Grafik Pendapatan Tahun 2017.....	40
Tabel 4.4 Pendapatan Perusahaan.....	42
Tabel 4.5 Grafik Pendapatan Perusahaan.....	42
Tabel 4.6 Frekuensi Usia.....	43
Tabel 4.7 Frekuensi Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.8 Frekuensi Pendidikan.....	44
Tabel 4.9 Frekuensi Pekerjaan.....	44
Tabel 4.10 Frekuensi Penghasilan.....	45
Tabel 4.11 Frekuensi Alamat Responden.....	45
Tabel 4.12 Frekuensi Jarak Tempuh.....	46
Tabel 4.13 Frekuensi Lama Kenal Konter WTC Cellular.....	47
Tabel 4.14 Frekuensi Alasan Membeli.....	48
Tabel 4.15 Hasil Penelitian Kualitatif Terhadap Segmen Pelanggan.....	49
Tabel 4.16 Pernyataan Konsumen.....	51
Tabel 4.17 Pembagian Kelas Sosial Dan Penghasilan.....	55
Tabel 4.18 Atribut Pelanggan Konter WTC Cellular.....	60

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.6 Kerangka Konseptual.....	28
Gambar 4.5 Grafik Pendapatan Perusahaan.....	41



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, 2005. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Edisi Ketiga, Erlangga Jakarta.
- American Marketing Association, 2000. *Marketing of Banking Product*. City Land Press, USA.
- Assauri, 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Bearden, 2003. *Marketing Strategy in Satisfied of Customer*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Converse, Donald, 2004. *Market Leader and Advertising Promotion*. Prentice Hall, Ohio University Press, USA.
- Gazali, 2004. *Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Kepuasan Pelanggan*. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Gazali, Saydam, 2003. *Pelayanan dalam Promosi Produk*. Bandung: Tarsito.
- <https://id.techinasia.com/idc-penjualan-smartphone-2015>
- Hunger, Arifin 2005. *Strategi Pemasaran Produk dan Jasa*. Penerbit Prehanlindo, Jakarta.
- Kartajaya, Hermawan, 2005. *Marketing Plus 2009*, Siasat Memenangkan Pasar Global, Gramedia, Jakarta
- Kartajaya, Hermawan, 2006. *Positioning, Diferentiation, Brand*, Gramedia, Jakarta
- Kasali, Lamb et al. 2001. *Membidik pasar Indonesia (segmentasi, targeting, positioning)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, Rhenald, 2005. *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi, Targeting, and Positioning*, Cetakan ke-7, Gramedia, Jakarta
- Kotler, P, 2000. *Principel Of Marketing*, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, Inc
- Kotler, P, 2003. *Marketing Manajemen*, 11 th Edition, Upper Saddle River, Nj :Prenticehall, Inc
- Kotler, P, dan Amstronng, G, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Erlangga, Jakarta

- Kotler, P. & G. Amstong. 2003. *Dasar-dasar pemasaran*, Jilid I. Edisi kesembilan PT Indeks Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller, K. 2007. *Manajemen pemasaran*. Jilid I. Edisi 12. Jakarta PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Keller, K. 2008. *Manajemen pemasaran*. Jilid I. Edisi 12. Jakarta PT. Indeks.
- Kotler, Philip, 2003. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Edisi 9 PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen pemasaran: analisis, perencanaan, implementasi dan control*, jilid I dan II. Jakarta: Dodi Kayana Abadi.
- Lameshow, Standley, 1997. *Besar Sampel dalam Penelitian*. Gajah Mada Universitas Press, Yogyakarta
- Lupiyouadi, R, Hamdani, A, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi ke-2: Catatan ke-4, Jakarta: Penerbit Selemba Empat
- Mardaelena, 2005. *Analisis Segmentasi, Target dan Posisi Pasar*, Alat Kamera Gamma, Jakarta
- Nitisemito, Sofyan, 2003. *Manajemen Pemasaran*. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Norton, Schiffman 2003. *Manajemen Pemasaran Global*, Kanisius, Yogyakarta.
- Norton, Schiffman, 2006. *Consumer Behavior: Take of Decision in Product Purchase*. <http://www.marketingbehavior.com.id>.
- Shinta 2001. *Consumer Behavior and Marketing Action, Fourth Edition, PWS Kent Publishing Company, Boston*.
- Shinta, Fandy 2004. *Kepuasan Pembelian dalam Jasa*. Erlangga, Jakarta.
- Siswanto, Zain, 2005. *Manajemen Pemasaran Produksi dan Operasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Sugiono, Triyadi 2003. *Pemasaran Produk dan Volume penjualan produk*. Tarsito, Bandung.
- Swasta, Basu, 1996. *Manajemen Pemasaran Modern*, Libety, Yogyakarta

Swastha, 2005. *Marketing Mix In Theory and Application*. America: Prentice Hall, New Jersey University Pres.

Tjiptono, 2003. *Intisari Manajemen Produksi dan Promosi*. Jakarta: Penerbit Cahaya Ilmu.

Tjiptono, Fandy, 2001. *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, ANDI, Yogyakarta

Trisnantoro, L, 2001. *Memahami Penggunaan Ilmu Manajemen Pemasaran*, Catatan Pertama, Penerbit Gajah Mada, Univ, Press

William, J.A, 1990. *Pemasaran Jasa*, Jilid 2, Alih Bahasa Sadu Sundoro, Penerbit Erlangga, Jakarta

