

**ANALISIS SEGMENTASI TARGET DAN POSISI PASAR PROGRAM  
STUDI MANAJEMEN PADA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH GRESIK**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**DEDY IMADUDDIN**

**NPM: 08.311.018**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK**

**2012**

**ANALISIS SEGMENTASI, TARGET DAN POSISI PASAR PROGRAM  
STUDI MANAJEMEN PADA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH GRESIK**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar sarjana ekonomi

Oleh:

**DEDY IMADUDDIN**

**NPM: 08.311.018**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK  
2012**

SKRIPSI

**ANALISIS SEGMENTASI, TARGET DAN POSISI PASAR PROGRAM  
STUDI MANAJEMEN PADA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH GRESIK**

Oleh:

**DEDY IMADUDDIN**  
**NPM: 08.311.018**

Telah Dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal: .....2012

Pembimbing 1

Pembimbing 2

(Dr. Nur Laily, M.Si.)  
NIP:0311.0006.049

(Sukaris, SE, M.SM)  
NIP : 0311.0506.119

Penguji

Moh. Agung SURIANTO, S.E.,M.SM.)  
NIP: 0311.0509.081

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Manajemen

Tri Aripurbo, S.E.,M.Si.  
NIP : 0311.9604.030

Sukaris, SE, M.SM  
NIP : 0311.0506.119

**PERNYATAAN  
KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :  
Analisis Segmentasi Target Dan Posisi Pasar Program Studi Manajemen Pada  
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.

Dan diajukan untuk diuji pada tanggal....., adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberi pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan universitas batal saya terima.

Gresik, Agustus 2012  
Yang membuat pernyataan

**(Dedy Imaduddin)**

Saksi 1, sebagai pembimbing I skripsi merangkap anggota tim penguji skripsi.

Dr. Nur Laily, M.Si.

Saksi 2, sebagai pembimbing II skripsi merangkap anggota tim penguji skripsi.

Sukaris, SE, M.SM

Saksi 3, sebagai anggota tim penguji skripsi.

Moh. Agung Suriyanto, SE.,M.S.M.

*“Bukanlah kesulitan yang membuat kita takut, tapi ketakutanlah yang membuat kita sulit. Oleh karena itu jangan pernah mencoba untuk menyerah dan jangan pernah menyerah untuk mencoba.*

*Maka jangan katakan kepada Allah aku punya masalah tetapi katakan pada masalah aku punya Allah yang maha menyelesaikan segalanya.”*

*Kupersembahkan karya ini teruntuk:*

*Ayah dan Ibu tercinta,*

*Kakak adik dan seluruh keluarga tersayang,*

*Guru – guru yang selalu memberikan ilmu dan pengajaran,*

*Kampus terbesar se kabupaten Gresik*

*kampus Universitas Muhammadiyah Gresik,*

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum wr.wb*

Alhamdulillah segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmad dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal Skripsi ini dengan judul “ **ANALISIS SEGMENTASI, TARGET DAN POSISI PASAR PROGRAM STUDI MANAJEMEN PADA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK** ”.

Tugas akhir ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar sarjana (S1) pada fakultas ekonomi program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik. Dalam penyusunan Skripsi ini peneliti perlu dukungan dari pihak – pihak yang terkait untuk kesempurnaan penelitian ini. Peneliti juga menyadari dalam penyusunan Skripsi ini banyak kekurangan dan kesalahan, mengingat kemampuan dan pengalaman yang terbatas, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan sekali dari pembaca.

Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih kepada pihak – pihak yang terkait yang memberikan semangat dan dorongan lebih kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian Skripsi ini. Peneliti mengucapkan terimah kasih sebanyak – banyaknya kepada :

1. Drs. Sarwo Edy, M.pd. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Tri Ariprowo, SE,.MSi. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Sukaris SE,.M.SM. Selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik dan selaku pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan kepada peneliti untuk menyelesaikan Skripsi ini.

4. Dr. Nur Laily,. Msi. Selaku dosen wali dan dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan kepada peneliti untuk menyelesaikan Skripsi ini.
5. Keluarga tercinta terutama ayah dan ibu yang selalu memberikan semangat dan dorongan baik berupa moril maupun materiil serta memberikan doa dalam penyusunan penelitian ini.
6. Teman – teman seperjuangan yang selalu membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini dan semua teman-teman manajemen angkatan tahun 2008 - 20011. Terima kasih meluangkan waktu untuk membantu penelitian ini.
7. Semua pihak yang telah membantu baik langsung maupun tak langsung yang tidak dapat disebutkan satu – persatu oleh penulis.

Peneliti menyadari bahwa proposal ini jauh dari sempurna, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membantu senantiasa peneliti harapkan.

*Akhirulkalim*, tiada kata yang terucap selain rasa bahagia dengan harapan adanya suatu manfaat yang dapat diberikan oleh penelitian ini dari awal penyusunan hingga penelitian ini telah berhasil diselesaikan, guna membangun cakrawala intelektual dan ilmu pengetahuan, khususnya dalam disiplin ilmu Manajemen Pemasaran. *Amin Ya Robbal 'alamin*

***Wassalamualaikum wr.wb***

Gresik.....2012

Peneliti

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN .....	iii
PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAKSI .....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitiin .....	7
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Penelitian Sebelumnya.....	8
2.2. Landasan Teori.....	10
2.2.1. Segmentasi Pasar .....	10
2.2.2. Dasar Segmentasi .....	11
2.2.3. Syarat Segmentasi yang Efektif .....	13
2.2.4. Manfaat segmentasi Pasar .....	14
2.2.5. Prosedur segmentasi Pasar .....	14
2.2.6. Target Pasar .....	15
2.2.7. Hubungan penetapan sasaran pasar dengan segmentasi pasar .....	16
	vii



2.2.8. Penetapan posisi pasar .....	17
2.2.9. Dasar-dasar untuk melakukan posisi pasar .....	18
2.3. Kerangka Berfikir.....	22
BAB III : METODE PENELITIAN .....	23
3.1. Pendekatan penelitian Penelitian .....	23
3.2. Lokasi Penelitian .....	23
3.3. Populasi Dan Sampel .....	23
3.3.1. Populasi .....	23
3.3.2. Sampel .....	24
3.4. Definisi Operasional Variabel .....	26
3.5. Jenis Dan Sumber Data .....	27
3.6. Teknik Pengambilan Data.....	28
3.7. Tehnik Analisis Data .....	28
3.7.1. Analisis Cluster .....	28
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI .....	30
4.1. Gambaran Umum .....	30
4.1.1. Universitas Muhammadiyah Gresik .....	30
4.1.2. Fakultas Ekonomi .....	33
4.1.3. Program Studi Manajemen.....	34
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian .....	35
4.2.1. Karakteristik Responden.....	35
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Segmentasi Geografis..	36
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Segmentasi Demografis	37
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Segmentasi Perilaku...	44
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Segmentasi Psikografis	46
4.3. Analisis Data.....	50
4.3.1. Analisis Data Untuk Mengetahui Segmentasi Pasar.....	50
4.3.2. Analisis Data Untuk Mengetahui Target Pasar.....	51

4.3.3. Analisis <i>Cluster</i> .....	52
BAB V : KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	56
5.1. Kesimpulan.....	56
5.2.. Rekomendasi.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Jumlah mahasiswa program studi manajemen .....	24
Tabel 3.2. Metode penarikan sampel .....	26
Tabel 4.1. Karakteristik responden berdasarkan wilayah tempat tinggal .....	36
Tabel 4.2. Karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal .....	37
Tabel 4.3. Karakteristik responden berdasarkan usia .....	38
Tabel 4.4. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	38
Tabel 4.5. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir .....	39
Tabel 4.6. Karakteristik responden berdasarkan status pernikahan .....	39
Tabel 4.7. Karakteristik responden berdasarkan jumlah anggota keluarga ..	40
Tabel 4.8. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan .....	40
Tabel 4.9. Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan .....	41
Tabel 4.10. Karakteristik responden berdasarkan lama bekerja .....	41
Tabel 4.11. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan .....	42
Tabel 4.12. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan orang tua .....	42
Tabel 4.13. Karakteristik responden berdasarkan lama bekerja orang tua .....	43
Tabel 4.14. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan orang tua perbulan .....	43
Tabel 4.15. Karakteristik responden berdasarkan sikap .....	44
Tabel 4.16. Karakteristik responden berdasarkan informasi yang diperoleh ..	45
Tabel 4.17. Karakteristik responden berdasarkan pertimbangan .....	45
Tabel 4.18. Karakteristik responden berdasarkan aktivitas .....	46

Tabel 4.19. Karakteristik responden berdasarkan minat .....	47
Tabel 4.20. Karakteristik responden berdasarkan opini .....	49
Tabel 4.21. <i>Cluster membership</i> .....	52

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 langkah-langkah dalam segmentasi target dan penentuan pasar.	21
Gambar 2.2 Kerangka berfikir.....	22

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Daftar kuesioner
2. Hasil analisis *Cluster*

Dedy Imaduddin, 08311018, Analisis Segmentasi, **Target dan Posisi pasar Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik**, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Juli, 2012

### **Abstraksi**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui segmen, target dan posisi Pasar Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik. Dengan menggunakan 73 sampel terdiri dari mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik angkatan 2008-2011 jenis data primer dan sekunder dengan metode kuesioner, pengujian dilakukan dengan teknik analisis *cluster* dan melihat dari gambaran karakteristik responden. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa segmentasi dan target pasar program studi manajemen universitas muhammadiyah gresik dari dari Kota Gresik Kecamatan Gresik, berusia 20 – 30 tahun, jenis kelamin perempuan, lulusan SMA swasta, status belum menikah, pekerjaan orang tua swasta dan penghasilan orang tua perbulan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000. Berdasarkan hasil analisis klaster Posisi yang pertama atribut status akreditasi, sistem penilaian dan gelar dosen berada dalam posisi yang sama, posisi yang ke dua atribut kualitas pelayanan dan biaya pendidikan, dan posisi yang ke tiga fasilitas perkuliahan dan kualitas dosen pengajar.

Kata kunci : Segmentasi, Target dan Posisi Pasar

Dedy Imaduddin, 08311018, Segmentation Analysis, **Target and market position of the Management Studies Program Economics, University of Muhammadiyah Fkultas Gresik**, Management, Faculty of Economics, University of Gresik, July, 2012

### **Abstract**

This study aims to determine the segment, target and market position of Program Management Studies Faculty of Economics, University of Muhammadiyah in Gresik. By using a sample consisting of 73 students Muhammadiyah University of Management Studies Program 2008-2011 Gresik force primary and secondary types of data by the method of questionnaires, testing was done by using *cluster* analysis and see the picture of the characteristics of respondents. These results that segmentation and target market management course gresik of Muhammadiyah University of Gresik in Gresik. From Gresik district, aged 20-30 years, female gender, a private high school graduates, unmarried status, parental employment and income of parents of private per month Rp. 1,000,000 - Rp. 2,000,000. Based on the result of cluster analysis, the attribute of accreditation status, the assessment system and a lecturer is in the first position. Attributes of quality of care and education costs in the second position and the third position is lecture facilities and the quality of lecturers.

Keywords: Segmentation, Targeting and Positioning Market