

SKRIPSI
PENGARUH STRATEGI SEGMENTASI PASAR TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *PANTIES PIZZA* DI SURABAYA

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Universitas Narotama Surabaya



OLEH:
PRO PATRIA

ANANDA DWI LESTARI

NIM: 01216029

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NAROTAMA

SURABAYA

2019

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ananda Dwi Lestari

NIM : 01216029

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

PENGARUH STRATEGI SEGMENTASI PASAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *PANTIES PIZZA* DI SURABAYA

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan apabila diperlukan.

Surabaya, 14 Januari 2020

Pembuat Pernyataan,




Ananda Dwi Lestari
01216029

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH STRATEGI SEGMENTASI PASAR TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *PANTIES PIZZA* DI SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH:
ANANDA DWI LESTARI
01216029

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

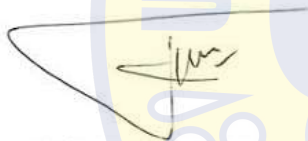
DOSEN PEMBIMBING,



(Drs. Ec. R. AGUS BAKTIONO, MM.)

TANGGAL 21 FEBRUARI 2020

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,



(AGUS SUKOCO, ST., MM.)

TANGGAL 22 FEBRUARI 2020

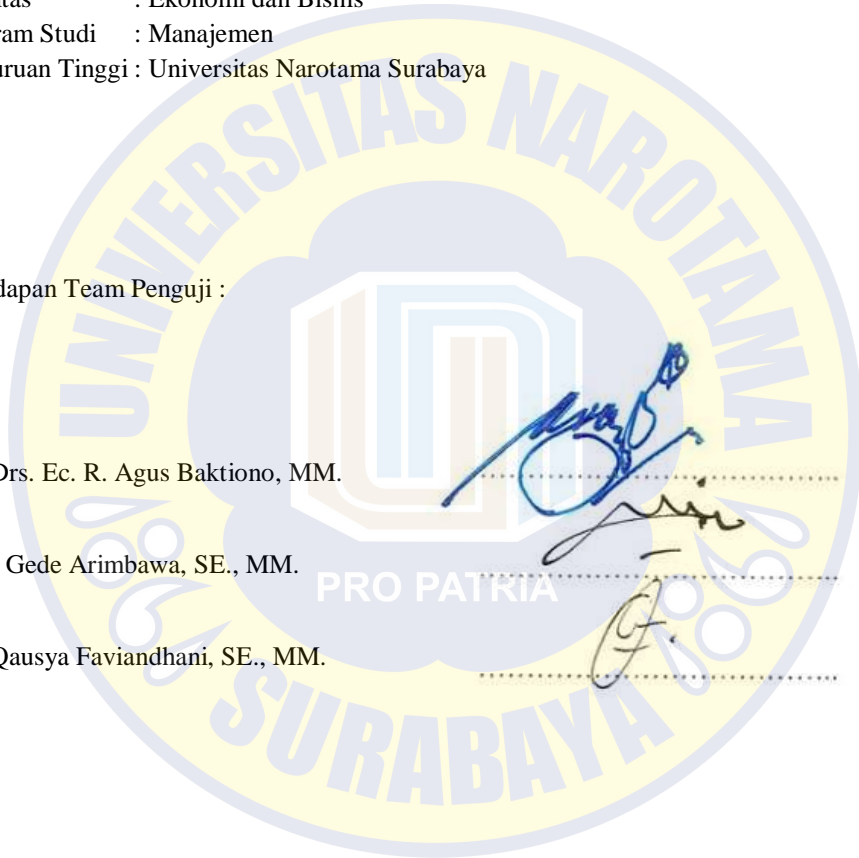
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN

Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Panties Pizza* di Surabaya

Disusun Oleh : Ananda Dwi Lestari
NIM : 01216029
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Narotama Surabaya

Dihadapan Team Penguji :

1. Drs. Ec. R. Agus Baktiono, MM.
2. I Gede Arimbawa, SE., MM.
3. Qausya Faviandhani, SE., MM.



HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ananda Dwi Lestari
NIM : 01216029
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalti Free Right) atau karya ilmiah yang berjudul:

Pengaruh Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Pada Panties Pizza di Surabaya, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalihmedia formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Januari 2020
Yang menyatakan

(.....)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia yang telah Allah berikan, saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH STRATEGI SEGMENTASI PASAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *PANTIES PIZZA* DI SURABAYA”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa keberhasilan dan terlaksananya penelitian ini bukan merupakan keberhasilan individu. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, maupun doa sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih saya tujukan kepada :

1. Allah SWT, karena atas karuna, izin, serta rahmat dan ridha-Nya, laporan dapat terselesaikan dengan baik tepat waktu dan InsyaAllah bermanfaat.
2. Kedua orang tua saya Bapak Suladi dan Ibu Musriatin yang selalu memberikan doa, restu, dukungan, dan kasih sayang yang sangat berarti bagi saya.
3. Bapak Dr. Ir. H. Sri Wiwoho Mudjanarko, ST., MT., IPM. Selaku Rektor Universitas Narotama Surabaya.
4. Ibu Dr. Ir. Rr. Hermien Tridayanti, MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama Surabaya.
5. Bapak Agus Sukoco, ST., MM. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya.
6. Bapak Drs. Ec. R. Agus Baktiono, MM. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan nasehat yang sangat berarti bagi saya.
7. Bapak/Ibu dosen, staff, dan karyawan di lingkungan Universitas Narotama Surabaya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
8. Teman-teman satu angkatan Universitas Narotama. Terima kasih atas dukungan, pengertian, doa, serta telah memberi masa kuliah yang berkesan yang tidak akan pernah terlupakan.
9. Keluarga saya tercinta yang tiada hentinya memberikan do'a, motivasi dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi saya ini.
10. Teman dekat saya: Aldi Fitra N. yang telah memberi semangat dan dorongan dalam proses penyelesaian skripsi.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam menyusun skripsi.

Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu saya selama ini. Semoga skripsi ini bermanfaat kepada semua pihak.

Surabaya, 14 Januari 2020

Ananda Dwi Lestari

ABSTRAK

PENGARUH STRATEGI SEGMENTASI PASAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *PANTIES PIZZA* DI SURABAYA

Oleh :
Ananda Dwi Lestari

Dosen Pembimbing
Drs. Ec. R. Agus Baktiono, MM

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi segmentasi pasar terhadap keputusan pembelian pada *Panties Pizza* di Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif untuk menguji hipotesis dengan menggunakan SPSS versi 16.0 dengan analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *Panties Pizza* di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dengan sebanyak 100 responden yang telah melakukan pembelian *Panties Pizza*. Hasil Penelitian ini menunjukkan variabel segmentasi geografis, segmentasi demografis, dan segmentasi psikografis berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *Panties Pizza* di Surabaya. Nilai koefisien determinasi 62 % dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel segmentasi geografis berpengaruh signifikan Secara parsial terhadap keputusan pembelian *Panties Pizza* di Surabaya dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. Variabel segmentasi demografis tidak berpengaruh signifikan Secara parsial terhadap keputusan pembelian *Panties Pizza* di Surabaya dengan nilai signifikansi $0,722 > 0,05$. Variabel segmentasi psikografis berpengaruh signifikan Secara parsial terhadap keputusan pembelian *Panties Pizza* di Surabaya dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel segmentasi geografis, segmentasi demografis, dan segmentasi psikografis yang berpengaruh signifikan secara dominan adalah variabel segmentasi psikografis. Nilai $\beta = 0,644$.

Kata Kunci: Segmentasi geografis, demografis, psikografis, keputusan pembelian

ABSTRAC

THE EFFECT OF MARKET SEGMENTATION STRATEGY ON PURCHASING DECISIONS OF PANTIES PIZZA IN SURABAYA

By:

Ananda Dwi Lestari

Supervisor:

Drs. Ec. R. Agus Baktiono, MM

This study aims to analyze the effect of market segmentation strategies on purchasing decisions of Panties Pizza in Surabaya. This type of research is quantitative to test hypotheses using SPSS version 16.0 with multiple linear regression analysis. The population in this study is the consensus of Panties Pizza in Surabaya. The sampling technique used is Non probability sampling with a purposive sampling approach with as many as 100 respondents who have purchased Panties Pizza. The results of this study indicate the variables of geographical segmentation, demographic segmentation, and psychographic segmentation have a significant effect simultaneously on purchasing decisions on Panties Pizza in Surabaya. The coefficient of determination is 62% and the rest is influenced by other variables not examined in this study. Geographical segmentation variables have a significant effect partially on the decision to purchase Panties Pizza in Surabaya with a significance value of $0.004 < 0.05$. Demographic segmentation variables have no significant effect partially on the decision to purchase Panties Pizza in Surabaya with a significance value of $0.722 > 0.05$. Psychographic segmentation variables have a significant effect partially on purchasing decisions of Panties Pizza in Surabaya with a significance value of $0.000 < 0.05$. The variables of geographical segmentation, demographic segmentation, and psychographic segmentation that have a significant influence are dominant variables of psychographic segmentation with value of $\beta = 0.644$.

Keyword: geographical, demographic, psychographic, and purchasing decisions

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRAC	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Teoritis	18
2.2.1 Pengertian Pemasaran	18
2.2.2 Pengertian Segmentasi Pasar	19
2.2.3 Pengertian Segmentasi Geografis	20
2.2.4 Pengertian Segmentasi Demografis	21
2.2.5 Pengertian Segmentasi Psikografis	22
2.2.6 Manfaat Segmentasi Pasar	23
2.2.7 Tujuan Segmentasi Pasar	24
2.2.8 Proses Segmentasi Pasar	24
2.2.9 Kriteria Segmentasi yang Efektif	24
2.2.10 Pengertian Keputusan Pembelian	24
2.2.11 Komponen Struktur Pembelian	25

2.2.12	Peran keputusan pembelian	25
2.2.13	Komponen-Komponen Keputusan Pembelian	26
2.2.14	Indikator Keputusan Pembelian	26
2.3	Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1	Hubungan Antara Segmentasi Geografis Terhadap Keputusan Pembelian ..	26
2.3.2	Hubungan Antara Segmentasi Demografis Terhadap Keputusan Pembelian 27	27
2.3.3	Hubungan Antara Segmentasi Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.4	Kerangka Berpikir	29
2.5	Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN		30
3.1	Pendekatan Penelitian	30
3.2	Obyek Penelitian	30
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	30
3.3.1	Populasi	30
3.3.2	Sampel	30
3.4	Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	31
3.4.1	Jenis Data	31
3.4.2	Sumber Data	31
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data	31
3.5	Variabel dan Definisi Operasional	31
3.5.1	Variabel Independen	31
3.5.2	Variabel Dependen	33
3.3.3	Desain Instrumen Penelitian	33
3.6	Teknik Analisis Data	35
3.6.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	35
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	35
3.6.3	Uji Distribusi Normal	36
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.7	Pengujian Hipotesis	37
3.7.1	Uji F (Simultan)	37
3.7.2	Uji t (Parsial)	38

3.7.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	40
4.1.1	Gambaran Umum <i>Panties Pizza</i>	40
4.2	Deskripsi Data hasil Penelitian	41
4.2.1	Karakteristik Responden	41
4.2.2	Deskripsi Variabel.....	44
4.3	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	46
4.3.1	Uji Reliabilitas dan Uji Validitas	46
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	48
4.3.3	Uji Distribusi Normal.....	51
4.3.4	Uji Regresi Linear Berganda	52
4.3.5	Uji Koefisien Determinasi Dan Koefisien Korelasi.....	54
4.3.6	Pengujian Hipotesis.....	54
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	56
4.4.1	Uji Hipotesis	56
BAB V PENUTUP		58
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....		60
Lampiran 1 : Biodata		62
Lampiran 2 : Berita Acara Bimbingan		63
Lampiran 3 : Kuesioner		64
Lampiran 4 : Tabulasi Data.....		72
Lampiran 5 : Hasil Output SPSS.....		76
Lampiran 6 : Sertifikat.....		82

DAFTAR TABEL

BAB I

Tabel 1 1 Perkembangan Panties Pizza Di Surabaya	2
--	---

BAB II

Tabel 2 1 Matriks Penelitian Terdahulu	11
--	----

BAB III

Tabel 3 1 Skala Pengukuran Kuesioner	31
--	----

Tabel 3 2 Desain Instrumen Penelitian	34
---	----

BAB IV

Tabel 4 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
---	----

Tabel 4 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama Responden	42
---	----

Tabel 4 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	42
--	----

Tabel 4 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi	43
---	----

Tabel 4 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	43
--	----

Tabel 4 6 Kategori Penilaian	44
------------------------------------	----

Tabel 4 7 Tanggapan Responden Mengenai Segmentasi Geografis (X1)	44
--	----

Tabel 4 8 Tanggapan Responden Mengenai Segmentasi Demografis (X2)	45
---	----

Tabel 4 9 Tanggapan Responden Mengenai Segmentasi Psikografis (X3)	45
--	----

Tabel 4 10 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	46
---	----

Tabel 4 11 Reliabilitas dan Validitas Kuesioner	47
---	----

Tabel 4 12 Hasil Uji Reliabilitas	47
---	----

Tabel 4 13 Hasil Uji Validitas	48
--------------------------------------	----

Tabel 4 14 Hasil Uji Multikolinieritas	49
--	----

Tabel 4 15 Hasil Uji Distribusi Normal	52
--	----

Tabel 4 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
--	----

Tabel 4 17 Hasil Uji Determinasi R dan R ²	54
---	----

Tabel 4 18 Hasil Uji F	55
------------------------------	----

Tabel 4 19 Hasil Uji T	55
------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

BAB I

Gambar 1 1 Logo Panties Pizza	2
Gambar 1 2 Menu dan harga Panties Pizza	3
Gambar 1 3 Menu dan harga Panties Pizza	3
Gambar 1 4 Menu Panties Pizza	3

BAB III

Gambar 3 1 Kurva Distribusi F.....	38
Gambar 3 2 Kurva Distribusi T.....	39

BAB IV

Gambar 4 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50
Gambar 4 2 Hasil Uji Normalitas.....	51

