

**ANALISIS SEGMENTING, TARGETING DAN POSITIONING TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SINBAL SUPPLY**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**DWIKA OKTAVIANTO**

**201610325193**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2020**

### LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Anaisis Segmenting, Targeting Dan Positioning  
Terhadap Keputusan Pembelian Di Sinbal  
Supply

Nama Mahasiswa : Dwika Oktavianto

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325193

Fakultas/Program Studi : Ekonomi/Manajemen

Tahun Lulus Ujian Skripsi : 23 juli 2020

Jakarta, 4 agustus 2020

MENYETUJUI

Pembimbing



Neng Siti Komariah, S.E., M.M.

NIDN 0327128105

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Analisis Segmenting, Targeting Dan Positioning  
Terhadap Keputusan Pembelian Di Sinbal Supply  
Nama Mahasiswa : Dwika Oktavianto  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325193  
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Juli 2020

Jakarta, 4 Agustus 2020

MENGESAHKAN,


Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIDN : 0325057908

Penguji I : Neng Siti Komariah, S.E., M.M.  
NIDN : 0327128105

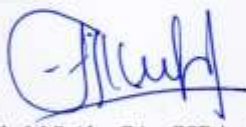
Penguji II : Dewi Sri Woelandari P.G, S.E., M.Sc.  
NIDN : 0303017106

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen

  
M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIDN : 0325057908

Dekan  
Fakultas Ekonomi

  
Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP.  
NIDN : 0318107101

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penyusunan skripsi dengan judul “**Analisis Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian di Sinbal Supply**” ini dapat terselesaikan. Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Irjen (P) H. Bambang Karsono, SH., MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istaningsih, CA., CSRA., CMA., CACP. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, SE, MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bahayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Neng Siti Komariah SE, MM, selaku Dosen Pembimbing peneliti yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.
5. Orang tua penulis dan anggota keluarga penulis yang telah memberi doa, dorongan, bantuan dukungan material serta moral demi terselesaikannya Tugas Akhir/Skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman seperjuangan dari Kantor Pusat Diskusi yang mana dukungan dan kekompakan nya selalu membuat penulis semangat dan optimis.
7. Seluruh teman kelas A3 yang bersama sama berjuang dari awal sampai akhir (almh.Fanny Tri Juniarsih).
8. Teman-teman seperjuangan yang sama sama berjuang tidak bisa saya sebutkan satu satu.

Bekasi, 4 Agustus 2020

Penulis

Dwika Oktavianto

## ABSTRAK

**Dwika Oktavianto (201610325193)** Analisis Segmenting, Targeting dan Positioning Dalam Keputusan Pembelian di Sinbal Supply

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada pengaruh Segmenting, Targeting dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian di Sinbal Supply. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 115 responden. Teknik sampling dengan menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 115 responden. Teknik Pengambilan data dengan cara menyebarkan kuesioner. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis *Regresi Linier*. Subjek penelitian yaitu konsumen Sinbal Supply di Tambun Selatan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Segmenting, Targeting dan Positioning secara signifikan memiliki hubungan dan pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian.

**Kata kunci:** Segmenting, Targeting, Positioning dan Keputusan Pembelian

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul

*Analisis Segmenting, Targeting, Positioning Terhadap Keputusan Pembelian di Sinbal Supply*

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan Skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 4 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,

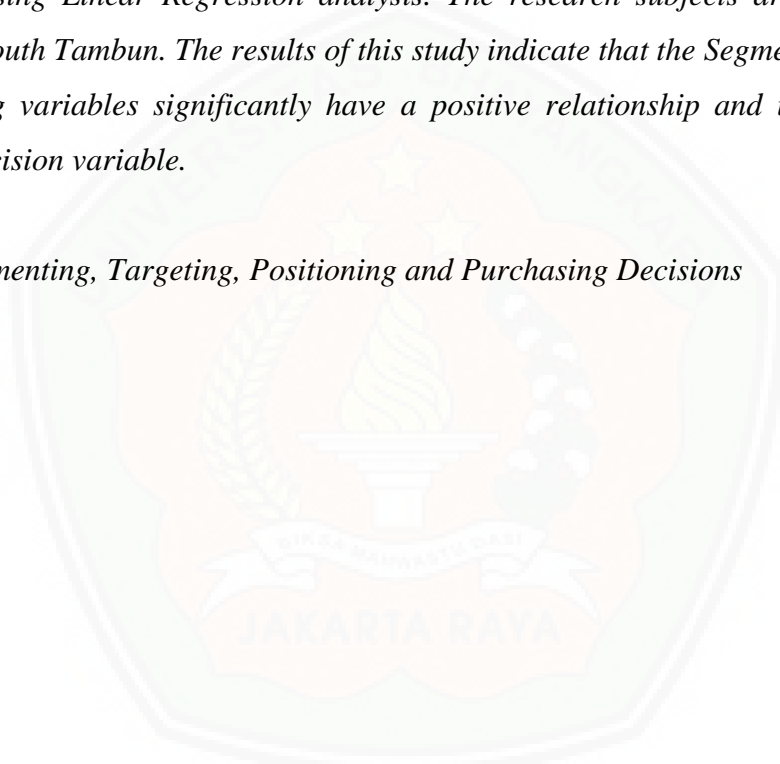

Dwika Oktavianto  
201610325193

## ABSTRACT

**Dwika Oktavianto (201610325193)**

*This study aims to determine the effect of Segmenting, Targeting and Positioning on Purchasing Decisions in Sinbal Supply. This type of research is quantitative. The population in this study amounted to 115 respondents. Sampling technique using Non-Probability Sampling using Accidental Sampling technique. The sample in this study amounted to 115 respondents. Data collection techniques by distributing questionnaires. Testing the hypothesis in this study using Linear Regression analysis. The research subjects are Sinbal Supply consumers in South Tambun. The results of this study indicate that the Segmenting, Targeting and Positioning variables significantly have a positive relationship and influence on the Purchasing Decision variable.*

*Keywords: Segmenting, Targeting, Positioning and Purchasing Decisions*



# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah .....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Segmenting .....	9
2.1.1 Pengertian Segmenting .....	9
2.1.2 Tujuan Segmenting .....	10
2.1.3 Indikator Segmenting.....	10
2.2 Targeting.....	10
2.2.1 Pengertian Targeting.....	10
2.2.2 Tujuan Targeting .....	11
2.2.3 Langkah - langkah Targeting.....	12
2.2.4 Indikator Targeting .....	13
2.3 Positioning.....	13
2.3.1 Pengertian Positioning.....	13
2.3.2 Tujuan Positioning .....	14
2.3.3 Indikator Positioning .....	15
2.4 Keputusan Pembelian .....	16
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	16



2.4.2	Tahap - tahap Dalam Keputusan Pembelian.....	17
2.4.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.5	Penelitian Terdahulu.....	19
2.6	Kerangka Pemikiran .....	23
2.6.1	Pengaruh Segmenting Terhadap Keputusan Pembelian .....	23
2.6.2	Pengaruh Targeting Terhadap Keputusan Pembelian .....	23
2.6.3	Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2.6.4	Pengaruh Targeting dan Positinoning Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.7	Hipotesis Penelitian .....	25
2.7.1	Hubungan Antara <i>Segmenting</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.7.2	Hubungan Antara <i>Targeting</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.7.3	Hubungan Antara <i>positioning</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	26
2.7.4	Hubungan Antara <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>27</b>
3.1	Desain Penelitian .....	27
3.2	Tahapan Penelitian .....	28
3.3	Model Konseptual .....	28
3.4	Oprasional Variabel.....	30
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian.....	31
3.5.1	Waktu Penelitian .....	31
3.5.2	Tempat Penelitian.....	32
3.6	Metode Pengambilan Sampel .....	32
3.6.1	Populasi Penelitian .....	32
3.6.2	Sampel Penelitian .....	32
3.7	Jenis dan Sumber Data .....	33
3.7.1	Data Primer .....	33

3.7.2	Data Sekunder .....	34
3.8	Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.8.1	Kuesioner atau Angket.....	34
3.9	Metode Analisis Data .....	35
3.9.1	Uji Validitas.....	35
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	35
3.9.3	Uji Asumsi Klasik .....	35
3.9.4	Uji Normalitas .....	36
3.9.5	Uji Multikolinearitas .....	36
3.9.6	Uji Heterokedastisitas .....	36
3.9.7	Uji Regresi Linier Berganda.....	37
3.10	Uji Hipotesis .....	37
3.10.1	Uji Simultan (Uji F).....	37
3.10.2	Uji Parsial (Uji T).....	38
3.10.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>39</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.1	Sejarah Perusahaan .....	39
4.1.2	Visi .....	39
4.1.3	Misi.....	39
4.1.4	Struktur Organisasi .....	40
4.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner .....	40
4.3	Uji Kualitas Data.....	43
4.3.1	Uji Validitas.....	43
4.3.2	Uji Reabilitas .....	45
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	47
4.4.1	Uji Normalitas .....	47
4.4.2	Uji Multikolinieritas .....	49
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	50
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
4.6	Uji Hipotesis .....	53
4.6.1	Uji T( Uji Parsial).....	53

4.6.2	Uji F (Uji Simultan).....	54
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	55
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian .....	56
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>60</b>
5.1	Kesimpulan .....	60
5.2	Implikasi Manajerial .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>62</b>
<b>LAMPIRAN</b>		



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	29
Tabel 3.2 Skala Likert .....	33
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner .....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Segmenting (X1).....	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Targeting (X2) .....	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Positioning (X3) .....	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Realiabilitas Segmenting (X1) .....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Realiabilitas Targeting (X2).....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Realiabilitas Positioning(X3).....	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Realiabilitas Keputusan Pembelian (Y) .....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Linear Berganda.....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji T .....	52
Tabel 4.16 Hasil Uji F .....	54
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Volume Penjualan Sinbal Supply Tahun 2019-2020 .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	22
Gambar 3.1 Model Konseptual.....	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	39
Gambar 4.2 Diagram Responden berdasarkan jenis kelamin.....	40
Gambar 4.3 Diagram Responden berdasarkan Usia.....	41
Gambar 4.4 Grafik Normal P-P Plot .....	47
Gambar 4.5 Grafik Scatter Plot .....	50

