

**IMPLIKASI SEGMENTASI PASAR, *POSITIONING*, DAN GAYA  
HIDUP TERHADAP PEMASARAN *ONLINE MECHANDISE KPOP*  
(Studi Kasus Pada Komunitas NCT)**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh :**

**An Nisaa' Rizka Wahyuni**

**201810325124**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING


Judul Skripsi : Implikasi Segmentasi Pasar, *Positioning*, Dan Gaya Hidup Terhadap Pemasaran *Online Merchandise Kpop*  
(Studi Kasus Pada Komunitas NCT)

Nama Mahasiswa : An Nisaa' Rizka Wahyuni  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325124  
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis  
Tahun Lulus Ujian : 24 Oktober 2022

Jakarta, 18 Januari 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing

  
Andrian, S.E., MM

NIDN : 0321077102

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING


Judul Skripsi : Implikasi Segmentasi Pasar, *Positioning*, Dan Gaya Hidup Terhadap Pemasaran *Online Merchandise Kpop*  
(Studi Kasus Pada Komunitas NCT)

Nama Mahasiswa : An Nisaa' Rizka Wahyuni  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325124  
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis  
Tahun Lulus Ujian : 24 Oktober 2022

Jakarta, 18 Januari 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing

  
Andrian, S.E., MM

NIDN : 0321077102

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Implikasi Segmentasi Pasar, *Positioning*, dan Gaya Hidup Terhadap Pemasaran *Online Merchandise Kpop* (Studi Kasus Pada Komunitas NCT)

Nama Mahasiswa : An Nisaa' Rizka Wahyuni

Nomor Induk Mahasiswa : 201810325124

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Oktober 2022 ✓

Jakarta, 18 Januari 2023 ✓

MENGESAHKAN,

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


Penguji I : Dr. Hadita, S.Pd., MM  
NIDN 0329048302

Penguji II : Andrian, S.E., MM  
NIDN 0321077102




MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., MM  
NIDN 0329048302

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak  
NIDN 0318107101

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Implikasi Segmentasi Pasar, *Positioning*, dan Gaya Hidup Terhadap Pemasaran *Online Merchandise Kpop* (Studi Kasus Pada Komunitas NCT)” 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, 13 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



An Nisaa' Rizka Wahyuni

201810325124

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Implikasi Segmentasi Pasar, *Positoning*, dan Gaya Hidup Terhadap Pemasaran *Online Merchandise* Kpop. Penelitian ini dilakukan pada komunitas NCT. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 96 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Non-Probability Sampling*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dengan metode analisis uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Alat analisis pada penelitian ini adalah SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa segmentasi pasar, *positoning*, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemasaran *online merchandise* kpop baik secara parsial maupun secara simultan. Koefisien determinasi menunjukkan angka sebesar 0,815 yang artinya variabel pemasaran *online merchandise* kpop dipengaruhi oleh variabel segmentasi pasar, *positoning*, dan gaya hidup sebesar 81%.

**Kata Kunci : Segmentasi Pasar, *Positioning*, Gaya Hidup, Pemasaran *Online*, dan Promosi**

## ***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of Market Segmentation, Positioning, and Lifestyle Implications on Merchandise Kpop Online Marketing. This study was conducted on the NCT community. The number of samples determined was 96 respondents, with sampling techniques using Non-Probability Sampling. This study used a descriptive quantitative method, with a validity test analysis method, reliability test, normality test, multicollinearity test, heterocedaticity test, multiple linear regression test, hypothesis test, and coefficient determination test. The analysis tool in this study is SPSS version 25. The results of this study show that market segmentation, positioning, and lifestyle have a positive and significant effect on online marketing of sex-pop merchandise both in part and simultaneously. The coefficient of determination shows a figure of 0.815 which means that the online marketing variable of the sex population is influenced by market segmentation, positoning, and lifestyle variables of 81%.*

***Keywords : Market Segmentation, Positioning, Lifestyle, Online Marketing, and Promotion.***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas limpahan karunia rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Implikasi Segmentasi Pasar, *Positioning*, dan Gaya Hidup Terhadap Pemasaran *Online Merchandise Kpop* (Studi Kasus Pada Komunitas NCT)”.

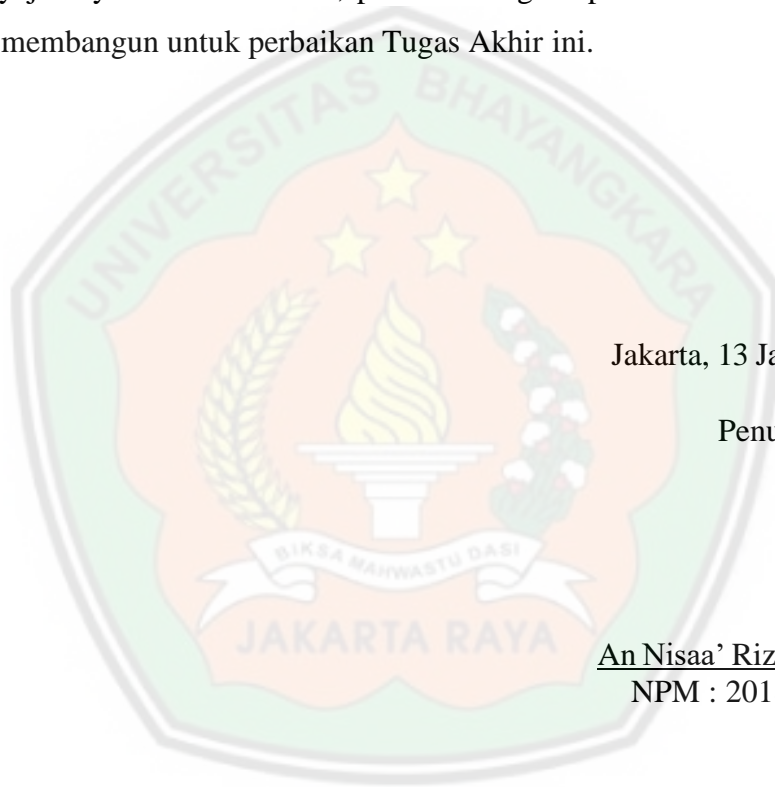
Selama menyusun skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini, dengan segala hormat penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., M.M selaku rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, S.E., M.S.AK. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Eri Bukhari, S.E, M.T selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Andrian, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan dalam meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan, nasihat dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi.
6. Sahabat serta teman-teman seperjuangan skripsi Agung Ahmad Saputra, Ade Saputra, Anisa Feby Yana, Dimas Agung Riyadi, Dimas Priyo Anggoro, Fikki Cahyanni, Lala Rosmala, dan Muhammad Khatami yang saling membantu dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
7. Sahabat saya Hana Sabrina Fauziah yang bersedia memberikan bantuan dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
8. Keseluruhan member NCT yang menjadi sumber inspirasi penulis dalam menentukan objek skripsi.



- Lee Taeyong selaku Ketua dari Keseluruhan Unit *Boygrouop* NCT yang menjadi penyemangat penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak atas doa, bimbingan, saran, arahan, dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dan semoga diberikan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam penyusunan dan penyajiannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan Tugas Akhir ini.



Jakarta, 13 Januari 2022

Penulis

An Nisaa' Rizka Wahyuni  
NPM : 20181032512

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	6
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	6
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	6
<b>1.5 Batasan Masalah</b> .....	7
<b>1.6 Sistematika Penulisan</b> .....	7
<b>BAB II</b> .....	9
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
<b>2.1 Pengertian Segmentasi Pasar</b> .....	9
<b>2.1.1 Indikator Segmentasi Pasar</b> .....	9
<b>2.2 Pengertian <i>Positioning</i></b> .....	10
<b>2.2.1 Tujuan <i>Positioning</i></b> .....	10
<b>2.2.2 Indikator <i>Positioning</i></b> .....	11
<b>2.3 Pengertian Gaya Hidup</b> .....	12
<b>2.3.1 Indikator Gaya Hidup</b> .....	12
<b>2.4 Pengertian Pemasaran <i>Online</i></b> .....	13
<b>2.4.1 Indikator Pemasaran</b> .....	13
<b>2.5 Pengertian Promosi</b> .....	14

2.6	Penelitian Terdahulu .....	14
2.7	Kerangka Konseptual .....	20
2.8	Hipotesis Penelitian.....	21
2.9	Pengaruh Antar Variabel.....	22
2.9.1	Pengaruh Segmentasi Pasar terhadap Pemasaran <i>Online</i> .....	22
2.9.2	Pengaruh <i>Positioning</i> terhadap Pemasaran <i>Online</i> .....	22
2.9.3	Pengaruh Gaya Hidup terhadap Pemasaran <i>Online</i> .....	23
2.9.4	Pengaruh Segmentasi Pasar, <i>Positioning</i> , dan Gaya Hidup Terhadap Pemasaran <i>Online</i> .....	24
<b>BAB III</b> .....		25
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....		25
3.1	Desain Penelitian .....	25
3.2	Tahapan Penelitian .....	25
3.3	Model Konseptual Penelitian .....	27
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	27
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian .....	29
3.6	Jenis dan Teknik Pengambilan Data.....	30
3.7	Metode Pengambilan Sampel.....	30
3.7.1	Populasi.....	30
3.7.2	Sampel.....	31
3.8	Metode Pengumpulan Data.....	31
3.8.1	Uji Validitas.....	31
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	32
3.8.3	Uji Normalitas .....	32
3.8.4	Uji Multikolinieritas .....	32
3.8.5	Uji Heteroskedastisitas .....	32
3.8.6	Uji Regresi Linier Berganda .....	33
3.8.7	Uji Hipotesis .....	33
3.8.8	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	34
<b>BAB IV</b> .....		35
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....		35

<b>4.1</b>	<b>Gambaran Umum .....</b>	<b>35</b>
4.1.1	<b>Sejarah <i>Neo Culture Technology</i> (NCT).....</b>	<b>35</b>
4.1.2	<b>Logo NCT .....</b>	<b>37</b>
<b>4.2</b>	<b>Deskripsi Data .....</b>	<b>37</b>
4.2.1	<b>Penyebaran Kuesioner.....</b>	<b>38</b>
4.2.2	<b>Rekapitulasi Kuesioner.....</b>	<b>38</b>
<b>4.3</b>	<b>Pengujian Instrumen Data .....</b>	<b>39</b>
4.3.1	<b>Uji Validitas.....</b>	<b>40</b>
4.3.2	<b>Uji Reliabilitas .....</b>	<b>41</b>
4.3.3	<b>Uji Normalitas .....</b>	<b>41</b>
4.3.4	<b>Uji Multikolinieritas .....</b>	<b>42</b>
4.3.6	<b>Uji Regresi Linier Berganda .....</b>	<b>44</b>
4.3.7	<b>Uji Hipotesis .....</b>	<b>46</b>
4.3.8	<b>Uji Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>).....</b>	<b>48</b>
<b>4.4</b>	<b>Pembahasan.....</b>	<b>48</b>
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>52</b>
<b>PENUTUP</b>	<b>.....</b>	<b>52</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan.....</b>	<b>52</b>
<b>5.2</b>	<b>Implikasi Manajerial .....</b>	<b>52</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Merchandise NCT Yang Dapat Dibeli Di Online Shop .....	2
Tabel 1. 2 Data Penjualan Album NCT per 2021 .....	5
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3. 1 Tahapan Penelitian.....	26
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 3. 3 Skala Penelitian Likert.....	31
Tabel 4. 1 Proses Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner .....	39
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	38
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Status Pendidikan .....	39
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas .....	42
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinieritas .....	43
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan Merchandise NCT .....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	21
Gambar 4. 1 Logo NCT .....	37
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	44



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Uji Plagiarisme
2. Uji Referensi Skripsi
3. Kuesioner Penelitian
4. Tabulasi Hasil Kuesioner
5. Hasil Uji Statistik SPSS 25
6. Tabel r
7. Tabel Distribusi t
8. Tabel Distribusi F
9. Kartu Bimbingan
10. Daftar Riwayat Hidup

