Perpustakaan Unika

PERPUSTAKAAN

PENENTUAN SEGMENTASI SEPEDA MOTOR MERK JIALING SEMARANG

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang

PERPUSTAKAAN
1504/EM/C1
TGL. 19-11-'02
No. Ind.
Th. Angg.
PARAP.

Disusun Oleh :

NAMA	:	Hinggil K. Eko S.
NIM	:	97 . 30 . 3268
NIRM	:	97 . 6 . 111 . 02016 . 50262
Fakultas	:	Ekonomi
Jurusan	:	Manajemen

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
SEMARANG
2002

Perpustakaan Unika

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

: Hinggil K. Eko S.

: 97 . 30 . 3268

: 97 . 6 . 111 . 02016 . 50262

as : Ekonomi

n : Manajemen

: **Penentuan Segmentasi Sepeda Motor Merk Jialing Semarang**

Semarang, 16 November 2002

Dosen Pembimbing

(Westri Kekalih, SE, MSi)

Perpustakaan Unika

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

: **Penentuan Segmentasi Sepeda Motor Merk Jialing Semarang**

un Oleh :

: Hinggil K. Eko S.

: 97 . 30 . 3268

l : 97 . 6 . 111 . 02016 . 50262

tas : Ekonomi

an : Manajemen

diuji dan dipertahankan di hadapan dewan penguji dalam sidang yang nggarakan pada :

: Sabtu

gal : 16 November 2002

Semarang, 20 November 2002

Mengetahui,

P J S. Dekan Fakultas Ekonomi

(R. Bowo Harcahyo, SE, MBA)

Koordinator Penguji

(R. Bowo Harcahyo, SE, MBA)

Perpustakaan Unika

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ΓΤΟ :

Tuhan tidak pernah memberikan pembimbing yang lebih baik dari akal dan tidak ada senjata yang lebih ampuh dari akal (Khalil Gibran)

I would do anything for my family

Sabar, jujur, tawakal dan rendah hati.

Kupersembahkan karya ini untuk :

Papa, Mama dan adik-adikku tercinta

Perpustakaan Unika

ABSTRAKSI

Pada tahun 1998, sepeda motor Cina mulai masuk yang diprakarsai oleh sepeda r Jialing. Waktu itu sepeda motor merek Jialing sempat menggoyah pangsa pasar didominasi oleh sepeda motor merek Honda. Apalagi design produk sepeda motor g mirip dengan sepeda motor Honda tipe Astrea Grand dengan harga yang lebih h.

Dengan mengandalkan harga yang murah, sepeda motor merek Jialing rata-rata ıati oleh masyarakat golongan menengah ke bawah. Dengan melihat keantusiasan arakat golongan menengah ke bawah terhadap harga sepeda motor merek Jialing, r-dealer sepeda motor merek Jialing mulai melebarkan sayapnya ke seluruh kota- di Indonesia.

Kesuksesan sepeda motor merek Jialing belum sempat dinikmati, para pesaing ;adakan inovasi besar-besaran terhadap design produknya masing-masing dan :gi pemasarannya. Bertitik tolak dari keadaan tersebut, maka sepeda motor merek ıg perlu mengadakan pembaharuan dalam strategi pemasarannya agar dapat ing dengan pesaing-pesaingnya, sehingga dapat merebut pangsa pasarnya kembali.

Oleh karena itu pemasar sepeda motor Jialing harus menentukan suatu segmen ıtu yang potensial. Keputusan ini harus didasari oleh beberapa pertimbangan, lnya perusahaan memiliki dana yang terbatas, segmen tersebut merupakan segmen tidak ada pesaing dan perusahaan menganggap segmen tertentu sebagai segmen paling tepat sebagai landasan untuk ekspansi ke segmen lainnya. Diharapkan an mengetahui segman pasar yang akan dituju, pemasar sepeda motor Jialing akan peroleh manfaat, yaitu pemasar sepeda motor Jialing dapat lebih menyesuaikan ık dan usaha promosinya dengan kebutuhan segmen pasar yang dituju. Oleh karena enentuan segmentasi sepeda motor Jialing sangat penting, agar pemasar sepeda r Jialing dapat memposisikan dirinya lebih baik di dalam persaingan untuk merebut npatan pasar yang ada. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merasa ·ik untuk melakukan penelitian dengan judul *"Penentuan Segmentasi Sepeda r Merk Jialing Semarang"*.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah menentukan segmentasi yang k atau tepat untuk dituju oleh sepeda motor Jialing Semarang. Tujuan dari litian ini adalah untuk menentukan segmentasi yang sesuai untuk dituju oleh sepeda ır Jialing Semarang.

Obyek penelitian ini adalah konsumen pemakai sepeda motor Jialing yang ɔmisili di Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah para pemakai sepeda ır Jialing yang berdomisili di Semarang. Dikarenakan jumlah populasi pemakai da motor Jaling yang berdomisili di Semarang tidak dapat diketahui secara pasti, ı penentuan jumlah sampel ditentukan dengan *Quota Sampling*. Oleh karena itu liti menentukan sampel sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan ah *Teknik Accidental Sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer. ɔde pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan kuesioner. Metode sis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif yaitu analisis untuk ggambarkan obyek penelitian berdasarkan karakteristik dan fenomena yang diteliti, ınnya adalah untuk memperoleh gambaran tentang variabel-variabel yang diteliti ·riptif).

Perpustakaan Unika

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai ut :

egmentasi geografis adalah penentuan segmentasi yang dilakukan dengan cara embagi konsumen ke dalam unit-unit wilayah kota tempat tinggal, dimana erdasarkan wilayah kecamatan tempat tinggal, sebagian besar konsumen sepeda otor Jialing Semarang bertempat tinggal di kecamatan Banyumanik. Sedangkan erdasarkan daerah tempat tinggal, sebagian besar konsumen sepeda motor Jialing emarang bertempat tinggal di daerah pinggiran kota.

egmentasi demografis adalah penentuan segmentasi dengan memisahkan onsumen ke dalam kelompok yang didasarkan pada variabel demografis, dimana ebagian besar konsumen sepeda motor Jialing Semarang di dalam penelitian ini erusia 17 – 27 tahun, berjenis kelamin pria, sudah kawin, mempunyai penghasilan er bulan antara Rp.500.000,00–Rp.1.000.000,00; bekerja sebagai pegawai swasta an merupakan lulusan SLTA / Akademi.

egmentasi psikografis adalah penentuan segmentasi dengan membagi-bagi onsumen ke dalam kelompok-kelompok kelas sosial, dimana sebagian besar onsumen sepeda motor Jialing Semarang merupakan konsumen kelas bawah.

egmentasi perilaku konsumen adalah penentuan segmentasi dengan membagi onsumen ke dalam kelompok-kelompok perilaku konsumen, dimana sebagian esar konsumen di dalam penelitian ini menggunakan sepeda motor Jialing dalam egiatan rutin sehari-hari, manfaat lebih yang dicari konsumen adalah keawetan esin sepeda motor Jialing dan sebagian besar konsumen sepeda motor Jialing emarang mempunyai sikap yang positif terhadap produk sepeda motor Jialing.

Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

lengenai segmentasi geografis, sebaiknya pemasar sepeda motor Jialing Semarang ebih meningkatkan promosinya di daerah perkotaan untuk memperbesar pangsa asar yang ada melalui kegiatan sosial dan pameran-pameran kesenian daerah di aerah perkotaan dan tetap mempertahankan kinerja yang telah dicapai di daerah inggiran kota, yaitu melalui kegiatan sponsor event-event tertentu (misal : service ratis).

lengenai segmentasi demografis, sebaiknya pemasar sepeda motor Jialing emarang menjalin kerjasama penjualan produk sepeda motor Jialing dengan emilik usaha tertentu yang membutuhkan sepeda motor untuk kegiatan operasional sahanya dan tetap mempertahankan kinerja yang telah dicapainya, dengan elakukan promosi secara kontinyu, terutama difokuskan kepada karyawan muda ang sudah menikah.

lengenai segmentasi psikografis, sebaiknya pemasar sepeda motor Jialing emarang menawarkan suatu fasilitas kredit khusus kepemilikan sepeda motor engan bunga yang ringan kepada konsumen kelas bawah.

lengenai segmentasi perilaku konsumen, sebaiknya pemasar sepeda motor Jialing emarang dapat meningkatkan kepuasan yang terbaik bagi konsumen dengan ertimbangan harga yang murah, biaya perawatan yang ekonomis, jaminan spare arts yang selalu tersedia dan dukungan layanan purna jual, dan tetap empertahankan performa atau kinerja mesin yang telah digunakan pada produk epeda motor Jialing, karena kinerja mesin inilah yang telah membuat konsumen erasa tertarik untuk membelinya.

Perpustakaan Unika

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah mpahkan berkat dan anugerah-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan osi ini.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan dan informasi dari berbagai k, penulisan Skripsi yang berjudul **"Penentuan Profil Konsumen Berdasarkan ntasi Sepeda Motor Merk Jialing Semarang"** tidak akan dapat terselesaikan an baik.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-nya kepada :

Bapak Vincent Didick WA., PhD selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Bapak R. Bowo Harcahyo, SE, MBA selaku Pejabat Sementara Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Bapak Thomas Indrajaja, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Ibu Westri K,SE., M.SI selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dorongan dan masukan dalam pembuatan Skripsi ini.

Yang tercinta, Papah, Mamah, dan Adik yang telah membantu dan memberikan doa dan dukungannya sehingga terselesaikannya Skripsi ini.

Yang tersayang dan tercinta, I-Ien Myunk atas dukungan moral dan materilnya

Perpustakaan Unika

chingga pelaksanaan dan penulisan Skripsi ini dapat terlaksana dengan baik.

apak Benny, selaku Manajer beserta segenap karyawan dan karyawati P.T Pelita fas Jialing Perkasa yang telah memberikan data dan informasinya dalam embuatan Skripsi ini.

pecial thanks for Gunawan dan Yusuf, terima kasih atas bantuannya dalam embuatan Skripsi ini.

eman-temanku Kenji (Bidink, Adi, Mak Pluz, Awang, Indra, Dona, Tutus, Iyan rusher, Ungki, Hangki dan Rianto), terima kasih atas nasehatnya.

Untuk Crew Sampangan (Bimo, Topan, Catur, Ade, Ken-ken), terima kasih atas injaman komputernya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penulisan Skripsi ini masih kurang urna. Oleh karena itu peneliti dengan senang hati dan rendah diri akan menerima , saran dan masukan yang membangun, sehingga dapat menyempurnakan rangan yang ada.

Harapan penulis bahwa Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang erlukannya.

Semarang, 6 November 2002

Peneliti

Perpustakaan Unika

DAFTAR ISI

Halaman

AMAN JUDUL i
AMAN PERSETUJUAN SKRIPSI ii
AMAN PENGESAHAN SKRIPSI iii
AMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv
TRAKSI v
'A PENGANTAR vii
TAR ISI ix
TAR TABEL xi
TAR GAMBAR xiii
TAR LAMPIRAN xiv
I : PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Perumusan Masalah 3
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian 3
1.3.1. Tujuan Penelitian 3
1.3.2. Manfaat Penelitian 3
1.4 Sistematika Penulisan 3
II : LANDASAN TEORI 5
2.1. Tinjauan Pustaka 5

Perpustakaan Unika

2.1.1. Strategi Pemasaran.....5
2.1.2. Segmentasi Pasar.....7
2.1.3. Prosedur Segmentasi Pasar.....8
2.1.4. Variabel Segmentasi Pasar.....9
2.1.5. Persyaratan Segmentasi Yang Efektif.....11
2.1.6. Manfaat Segmentasi.....12
2.1.7. Mengevaluasi Segmentasi Pasar.....13
2.1.8. Keputusan Target Segmen Pasar.....14
2.2. Kerangka Pikir Penelitian.....16
2.3. Definisi Operasional.....17
III : METODE PENELITIAN.....18
3.1. Lokasi Penelitian.....18
3.2. Populasi dan Sampel.....18
3.3. Jenis Data Yang Digunakan.....19
3.4. Metode Pengumpulan Data.....19
3.5. Metode Analisis Data.....20
IV : HASIL DAN PEMBAHASAN.....24
4.1. Gambaran Umum Produk.....24
4.2. Analisis Hasil Penelitian.....26
V : KESIMPULAN DAN SARAN.....44
5.1. Kesimpulan.....44
5.2. Saran.....45
TAR PUSTAKA

Perpustakaan Unika

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1. Variabel Segmentasi Utama Untuk Pasar Konsumen 10

Tabel 4.1. Wilayah Kecamatan Tempat Tinggal Konsumen Sepeda Motor Jialing Semarang 26

Tabel 4.2. Daerah Tempat Tinggal dan Umur Konsumen Sepeda Motor Jialing Semarang 27

Tabel 4.3. Daerah Tempat Tinggal dan Jenis Pekerjaan Konsumen Sepeda Motor Jialing Semarang 28

Tabel 4.4. Umur dan Jenis Kelamin Konsumen Sepeda Motor Jialing Semarang 29

Tabel 4.5. Jenis Kelamin dan Status Marital Konsumen Sepeda Motor Jialing Semarang 30

Tabel 4.6. Penghasilan Per Bulan dan Jenis Pekerjaan Konsumen Sepeda Motor Jialing Semarang 31

Tabel 4.7. Tingkat Pendidikan Terakhir dan Jenis Pekerjaan Konsumen Sepeda Motor Jialing Semarang 32

Tabel 4.8. Kelas Sosial dan Tingkat Penghasila Per Bulan Konsumen Sepeda Motor Jialing Semarang 33

Tabel 4.9. Kelas Sosial dan Daerah Tempat Tinggal Konsumen Sepeda Motor Jialing Semarang 34

Tabel 4.10. Kesempatan Penggunaan dan Daerah Tempat Tinggal Konsumen Sepeda Motor Jialing Semarang 35

Tabel 4.11. Kesempatan Penggunaan dan Jenis Pekerjaan Konsumen Sepeda Motor Jialing Semarang 36

Tabel 4.12. Kesempatan Penggunaan dan Manfaat Lebih Yang Dicari Konsumen Sepeda Motor Jialing Semarang 37

Tabel 4.13. Manfaat Lebih Yang Dicari dan Daerah Tempat Tinggal Konsumen Sepeda Motor Jialing Semarang 38

Perpustakaan Unika

4.14. Manfaat Lebih Yang Dicari dan Umur Konsumen Sepeda Motor Jialing Semarang.....39

4.15. Manfaat Lebih Yang Dicari dan Tingkat Penghasilan Per Bulan Konsumen Sepeda Motor Jialing Semarang.....40

4.16. Sikap Konsumen Terhadap Produk Sepeda Motor Jialing.....41

4.17. Kategori Sikap Konsumen Terhadap Produk Sepeda Motor Jialing.....42

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

Perpustakaan Unika

DAFTAR GAMBAR

Halaman

ɔar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian 16

Perpustakaan Unika

DAFTAR LAMPIRAN

iran 1 : Kuesioner

iran 2 : Data Hasil Penelitian

iran 3 : Buku Bimbingan Skripsi

iran 4 : Data Pedoman Pengeluaran dari BPS

iran 5 : Pernyataan Keaslian Skripsi

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA