



**PENGARUH SEGMENTASI PASAR DAN PERILAKU
RETAILER TERHADAP PILIHAN TARGET PASAR
PRODUK YOGHURT
PADA CV. BERKAH CIPTA PRATAMA DI WILAYAH
JABODETABEK**

KARYA AKHIR

Oleh

BHARATA CEPPY ASMARA LUBIS

55107110129

**UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2012**

PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Segmentasi Pasar dan Perilaku Retailer Terhadap Pilihan Target Pasar Produk Yoghurt Pada CV. Berkah Cipta Pratama di wilayah Jabodetabek**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Bharata Ceppy Asmara Lubis


NIM : 55107110129

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2012

Mengesahkan :

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**



Dr. Rina Astini, SE, ME

Direktur Program Pascasarjana



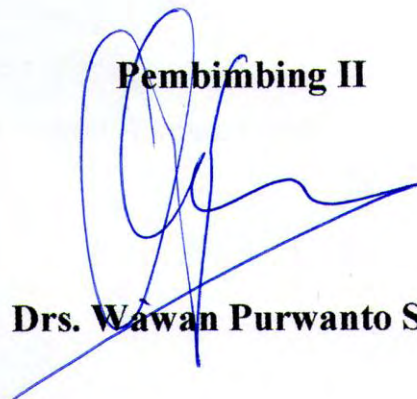
Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Pembimbing Utama



Dr. Anik Trisuwarni, MM

Pembimbing II



Drs. Wawan Purwanto SE, ME

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Pengaruh Segmentasi Pasar dan Perilaku Retailer Terhadap Pilihan Target Pasar Produk Yoghurt Pada CV. Berkah Cipta Pratama di wilayah Jabodetabek**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Bharata Ceppy Asmara Lubis

NIM : 55107110129

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2012

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Agustus 2012



Bharata Ceppy Asmara Lubis

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT ata rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir ini, yang merupakan *syarat dalam menyelesaikan studi program Magister Manajemen* dengan judul **Pengaruh Segmentasi Pasar dan Perilaku Konsumen Terhadap Pilihan Target Pasar Produk Yoghurt Pada CV. Berkah Cipta Pratama di Wilayah Jabodetabek.**

Pada penyusunan laporan Karya Akhir ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan baik pada materi maupun dalam penyusunannya. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritiknya yang bersifat membangun dari para pembaca agar penulisan ini lebih baik lagi di masa mendatang.

Pada kesempatan ini juga penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya baik moril maupun materiil terutama kepada :

1. Dr. Anik Trisuwarni, MM selaku pembimbing utama
2. Drs. Wawan Purwanto SE, ME selaku pembimbing II
3. Dr. Rina Astini, SE, ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana
4. Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana
5. Mitra usaha retailer Yoghurt Arina di Jabodetabek yang telah membantu pelaksanaan kuesioner penelitian ini.
6. Para tim sales operasional CV. Berkah Cipta Pratama yang membantu penelitian ini.
7. Ibu Hj. Arina sebagai produsen Yoghurt Arina, Cipanas
8. Kepada orang tua, Istri dan anak-anaku tercinta serta saudara-saudaraku tercinta yang telah memberikan dukungan dan do'anya.
9. Serta Rekan-rekan dan semua pihak yang telah member dukungan kepada penulis.

Akhir kata penulis mengucapkan semoga Allah SWT dapat membalas kebaikan kita semua, Aamiin yaa Rabbal 'alamin.

Jakarta, 29 Juli 2012

Bharata Ceppy Asmara Lubis



DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I. Pendahuluan	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Identifikasi Masalah.....	2
1.3.Rumusan Masalah.....	3
1.4.Maksud dan Tujuan Penulisan Karya Akhir.....	3
1.5.Manfaat dan Kegunaan Karya Akhir	4
BAB II. Deskripsi Perusahaan	5
2.1. Sejarah Perusahaan	5
2.2. Lingkup Bidang Usaha	5
2.3. Struktur Organisasi	6
2.4. Tantangan Bisnis	6
2.5. Proses Bisnis	7
2.5.1. Proses Produksi Yoghurt pada IKM ARINA, Cipanas ...	7
2.5.2. Proses Penjualan Pada CV. Berkah Cipta Pratama	10
BAB III. Kajian Pustaka	13
3.1. Segmentasi Pasar	13

3.1.1. Variabel Segmentasi Pasar Konsumen	15
3.1.1.1. Segmentasi Demografis.....	15
3.1.1.2. Segmentasi Psikografis	16
3.1.1.3. Segmentasi Perilaku	17
3.1.2. Syarat-syarat Mengadakan Segmentasi yang Efektif ...	19
3.2. Definisi Perilaku Konsumen	20
3.2.1. Model Perilaku Konsumen dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya	21
3.2.1.1. Faktor Budaya	21
3.2.1.2. Faktor Sosial	23
3.2.1.3. Faktor Kepribadian	24
3.2.1.4. Faktor Psikologis.....	26
3.3. Penentuan Sasaran Pasar (Market Targeting)	26
3.3.1. Hubungan Antara Penetapan Sasaran Pasar dengan Segmentasi Pasar.....	29
3.3.2. Hubungan Antara Penetapan Sasaran Pasar dengan Perilaku Retailer	32
3.4. Teori Proyektif.....	33
3.5. Kajian Pada Riset dan Pengkajian Teoritis Sebelumnya	33
3.5.1. Metode Penelitian	32
3.5.2. Kesimpulan	35
3.6. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	36
3.6.1. Kerangka Pemikiran	36
3.6.2. Hipotesis	37
BAB IV. Metodologi	39
4.1. Objek Riset	39
4.2. Metode Riset	39
4.2.1. Lokasi Penelitian	39
4.2.2. Populasi Penelitian	39
4.2.3. Sampel	39

4.2.4. Metode Penarikan Sampel	41
4.2.5. Jenis Data	41
4.2.6. Sumber Data	41
4.2.7. Definisi Operasional Variabel	42
4.3. Teknik Analisis Data	45
4.3.1. Analisis Descriptive	45
4.3.2 Analisis Kuantitatif	46
4.4. Pengujian Instrumen Penelitian	47
4.4.1. Uji Validitas	47
4.4.2. Uji Reliabilitas	48
4.5. Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.6. Uji Asumsi Klasik	50
4.6.1. Uji Normalitas.....	50
4.6.2. Uji Multikolinieritas	51
4.6.3. Uji Autokorelasi	51
4.6.4. Uji Heterokedasitas	51
4.6.5. Koefisien Determinasi (R^2)	52
4.7. Pengujian Hipotesis	53
4.8. Analisis Dimensi	53
BAB V Hasil dan Analisis	55
5.1. Identifikasi Responden	55
5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	56
5.2.1. Uji Validitas	56
5.2.2. Uji Reliabilitas	59
5.2.3. Uji Normalitas	59
5.3. Uji Asumsi Klasik	61
5.3.1. Uji Multikolinieritas	61
5.3.2. Uji Autokorelasi	62
5.3.3. Uji Heteroskedatisitas	64
5.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	65

5.5.	Koefisien Determinasi (R^2)	66
5.6.	Pengujian Hipotesis	67
5.6.1.	Uji t	68
5.7.	Uji F	68
5.8.	Analisis Dimensi	68
BAB VI	Kesimpulan dan Rekomendasi	73
6.1.	Kesimpulan	73
6.2.	Saran dan Rekomendasi	74
DAFTAR PUSTAKA	75



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Data Jumlah Responden Jabodetabek	40
Tabel 4.2. Operasional Variabel	43
Tabel 4.3. Matrix Hubungan Antar Dimensi	54
Tabel 5.1. Identifikasi Responden	55
Tabel 5.2. Uji Validitas Segmentasi Pasar	57
Tabel 5.3. Uji Validitas Perilaku Retailer	58
Tabel 5.4. Uji Validitas Target Pasar	58
Tabel 5.5. Uji Reliabilitas	59
Tabel 5.6. Uji Normalitas Segmentasi Pasar	60
Tabel 5.7. Uji Normalitas Perilaku Retailer	60
Tabel 5.8. Uji Normalitas Target Pasar	60
Tabel 5.9. Multikolinieritas	62
Tabel 5.10 Uji Durbin Watson	63
Tabel 5.11 Uji Autokorelasi Durbin Watson	64
Tabel 5.12 Analisa Regresi Linier Berganda	65
Tabel 5.13 Hasil Uji t	67
Tabel 5.14 Hasil Uji F.....	68
Tabel 5.15 Correlation Per Variabel X1, X2 dan Y	69
Tabel 5.16 Matrix hubungan antar dimensi.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Struktur Organisasi CV. Berkah Cipta Pratama.....	6
Gambar 2.2.	Proses Pembuatan Yoghurt	9
Gambar 2.3.	Produk Yoghurt ARINA	9
Gambar 2.4.	Facebook Yoghurt ARINA	10
Gambar 2.5.	Blog www.bioyoghurtarina.wordpress	10
Gambar 2.6.	Brosur Yoghurt Arina	11
Gambar 2.7.	Standing Banner / X Banner Yoghurt Arina	11
Gambar 2.8.	Banner Horizontal Yoghur Arina	12
Gambar 3.1.	Faktor-faktor Internal yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	21
Gambar 3.2.	Pola Dasar Preferensi Pasar	30
Gambar 3.3.	Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4.1.	Hubungan Antar Variabel-Variabel	49
Gamabr 5.1.	Scatter Uji Normalitas	61
Gambar 5.2.	Grafik Plot Uji Heteroskedastisitas	64

MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Aktivitas Penulisan Karya Akhir

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Analisa Statistik

Lampiran 4 Tabel F

Lampiran 5 Tabel t

Lampiran 6 Tabel r

RIWAYAT HIDUP



UNIVERSITAS
MERCU BUANA