

**ANALISIS SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING PADA
RUMAH MAKAN MARIBU UNTUK USULAN STRATEGI PEMASARAN**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Program
Universitas Islam Nahdlatul Ulama' Jepara

Disusun Oleh

Wahyu Tri Puji Lestari

NIM : 131110000887

Program Studi :Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA'
JEPARA**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING PADA RUMAH MAKAN MARIBU UNTUK USULAN STRATEGI PEMASARAN

Nama : Wahyu Tri Puji Lestari
N I M : 131110000887
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dilanjutkan menjadi Skripsi dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Nahdlatul Ulama' Jepara.

Disetujui oleh pembimbing:

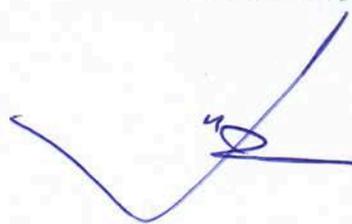
Pembimbing I



Samsul Arifin, SE, M.M

Tgl 23-3-2017

Pembimbing II



Bening Kristyassari, SE, M.M

Tgl 23-3-2017

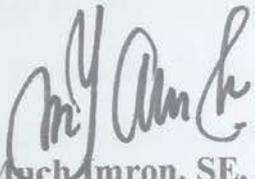
HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING PADA RUMAH MAKAN MARIBU UNTUK USULAN STRATEGI PEMASARAN

Nama : Wahyu Tri Puji Lestari
N I M : 131110000887
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji Progran Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
Pada hari Rabu 29 Maret 2017

Penguji I

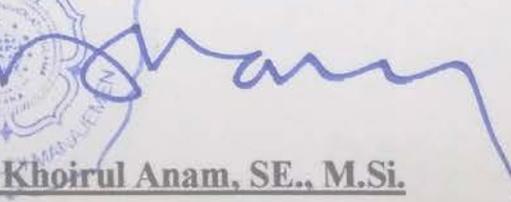

Much Amron, SE, MM
NIY. 1 650802 97 011

Penguji II


H.Noor Arifin. S.E., M.Si
NIY. 1 680817 08 055

Mengesahkan:

Ketua Prodi Manajemen



A. Khoirul Anam, SE., M.Si.
NIY. 1 800421 06 041

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari program S-1 jurusan manajemen aeluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar starta (S-1) dari unversitas Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lain.

Adapun bagian – bagian tertentu dalam penulisan yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma , kaidah , dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Sekripsi berjudul : **“ANALISIS SEGMENTASI, TARGETING, POSITIONING PADA RUMAH MAKAN MARIBU UNTUK USULAN STRATEGI PEMASARAN ”**
2. Saya juga mengakui bahwa hasil karya akhir ini , dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu :
 - a. Samsul Arifin, SE, M.M
 - b. Bening Kristyassari, SE, M.M

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi inni bukan hasil karya sendiri atau adanya plagiat daalam bagian – bagian tertentu , saya bersedia menerima **PENCABUTAN GELAR AKADEMIK** yang saya sandang dan sanksi – sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Jepara, 23 Maret 2017



WAHYU TRIPUJILESTARI
NIM 131110000887

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

"Gantungkan cita-cita mu setinggi langit! Bermimpilah setinggi langit. Jika engkau jatuh, engkau akan jatuh di antara bintang-bintang." Soekarno.

PERSEMBAHAN :

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Bapak dan Ibuku tercinta, terima kasih atas limpahan kasih sayangnya, pengorbanan dan doanya.
3. Bu Sonni, mbak Rina, mas Polly dan semua pegawai di Maribu Jepara terima kasih support yang diberikan sangat luar biasa.
4. Teman – teman kelas MD UNISNU Jepara.
5. Pembaca yang budiman.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING PADA RUMAH MAKAN MARIBU UNTUK USULAN STRATEGI PEMASARAN”.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Islam Nahdlatul Ulama’ (UNISNU) Jepara.

.Dalam penulisan ini penulis banyak mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak DR. Sa’dullah Assaidi, M.Ag, selaku rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama’ (UNISNU) Jepara.
1. Bapak Much Imron, SE, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Islam Nahdlatul Ulama’ (UNISNU) Jepara
2. Bapak A. Khoirul Anam, SE., M.Si Selaku ketua Jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Islam Nahdlatul Ulama’ (UNISNU) Jepara.
3. Bapak H. Samsul Arifin, SE, M.M selaku dosen Pembimbing I, yang telah memberikan bantuan bimbingan serta pengarahan yang sangat berguna dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Bening Kristyassari, SE, MM dan selaku Dosen Pembimbing II, yang telah membimbing dalam penyusunan skripsi ini, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen atas ilmu yang telah diberikan kepada penyusun selama mengikuti studi di UNISNU.

7. Bapak Rifqi Roshdhani, ST, M.M selaku ahli pemasaran terima kasih atas ilmu yang diberikan.
8. Pimpinan Rumah makan Maribu dan semua karyawan yang telah memberi ijin serta pemberian data yang diperlukan untuk penyusunan skripsi ini.
9. Para pelanggan Rumah makan Maribu yang berkenan menjadi responden untuk meluangkan waktu berwawancara guna memperoleh data untuk skripsi ini.
10. Orang tuaku dan saudara serta semua keluarga yang telah memberikan do'a dan banyak dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
11. Semua sahabat, teman-temanku dan semua pihak yang telah membantu banyak hal pada penyusunan skripsi ini.

Semoga bantuan dan pengorbanan yang telah diberikan pada penyusun dapat dicatat sebagai amal kebajikan sehingga mendapat imbalan pahala dari Allah SWT. Penyusun menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga kritik dan saran sangat penyusun harapkan.

Akhirnya penyusun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukanya.

Wassalaamu'alaikum

Jepara , 23 Maret 2017



WAHYU TRIPUJI LESTARI
NIM 131110000887

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.3. Rumusan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	9
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu	56
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis... ..	58

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1.Obyek Penelitian	60
3.2.Jenis dan Sumber Data	60
3.3.Metode Pengumpulan Data	62
3.4.Metode Analisis Data.....	63
3.5.Validitas Data	64

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.Gambaran Umum Obyek Penelitian	67
4.2.Pembahasan	71

BAB V : PENUTUP

5.1.Kesimpulan	96
5.2.Saran.....	98

Daftar pustaka	99
----------------------	----

Lampiran-lampiran	101
-------------------------	-----

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	58

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	57
Tabel 3.1 Karakteristik Informan Penelitian	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keterangan Penelitian.

ABTRAKSI

Rumah makan maribu bahwa dalam pelayanan kategori segmentasi belum bisa dilakukan secara baik karena belum ada pembeda juga belum sepenuhnya membagi segmen pasar bagian terpenting agar Mengenal dan memastikan calon pembeli yang berpotensi sebagai calon pembeli. Segmen ini dapat dibagi menjadi beberapa kategori letak, usia, jenis kelamin, tingkat penghasilan, kebiasaan dan sebagainya. Penentuan targetting sangat tergantung pada karakter produk, karakter segmentasi, dan tingkat konsumen yang sudah dipilih. Targetting ini menentukan kepada siapa target pasar dari suatu produk. Positioning merupakan suatu tindakan atau langkah yang harus produsen kerjakan untuk mendesain citra perusahaan agar konsumen mengerti yang dilakukan perusahaan dibandingkan dengan pesaing.

Penelitian ini untuk untuk menganalisis menganalisis konsep segmen, target, posisi pasar pada Rumah Makan Maribu Jepara. Membuat usulan strategi pemasaran berdasarkan pada hasil analisis *segmentation*, *targeting*, *positioning* pada rumah Makan Maribu Jepara. Maka penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data, mencari fakta, selanjutnya dianalisis dan diinterpretasikan berdasarkan landasan teori yang ada. Dalam penelitian ini akan menghasilkan data deskriptif, berupa kata - kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati.

Berdasarkan hasil penelitian, ternyata bentuk segmentasi pasar yang dipilih oleh rumah makan Maribu dalam memasarkan produk makanannya adalah segmentasi berdasarkan kelas sosial. Dalam memutuskan target pasar, rumah makan Maribu memperhatikan ukuran/ besarnya segmen yang telah ditetapkan sebelumnya serta juga posisi persaingan yang ada di dalam segmen yang dituju manajemen rumah makan Maribu. Untuk melakukan penentuan posisi rumah makan Maribu ditentukan dari atribut teknis dan atribut non teknis. Atribut teknis yang dimaksud adalah atribut yang melekat pada produk makanan di rumah makan Maribu tersebut, yang dalam hal ini adalah atribut kualitas produk makanan.

Kata kunci: *segmentation*, *targeting*, *positioning* dan strategi pemasaran.