

**ANALISIS PENGARUH SEGMENTASI PASAR TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TELKOM SPEEDY DI PT.  
TELEKOMUNIKASI INDONESIA CABANG KEDIRI**

**SKRIPSI**



Oleh

**AHMAD BAHARI ILMU**

NIM: 08510055

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2013**

**ANALISIS PENGARUH SEGMENTASI PASAR TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TELKOM SPEEDY DI PT.  
TELEKOMUNIKASI INDONESIA CABANG KEDIRI**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada :  
Universitas Islam Negeri (UIN)  
Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh  
**AHMAD BAHARI ILMU**  
NIM: 08510055

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2013**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS PENGARUH SEGMENTASI PASAR TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TELKOM SPEEDY DI PT.  
TELEKOMUNIKASI INDONESIA CABANG KEDIRI**

Oleh  
**AHMAD BAHARI ILMU**  
**NIM: 08510055**

Telah Disetujui 1 April 2013  
Dosen Pembimbing,

**Irmayanti Hasan, ST., MM**  
**NIP 19770506 200312 2 001**

Mengetahui:  
Ketua Jurusan

**Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si**  
**NIP 19720212 200312 1 003**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS PENGARUH SEGMENTASI PASAR TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TELKOM SPEEDY DI  
PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA CABANG KEDIRI**

SKRIPSI

Oleh

**AHMAD BAHARI IMI**

**NIM: 08510055**

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada 8 April 2013

**Susunan Dewan Penguji**

**Tanda Tangan**

1. Ketua Penguji

**Dr. Nur Asnawi., MA**

NIP 19711211 199903 1 003

: ( )

2. Sekretaris/Pembimbing

**Irmayanti Hasan, ST., MM**

NIP 19770506 200312 2 001

: ( )

3. Penguji Utama

**Yayuk Sri Rahayu., SE., MM**

NIP 19770826 200801 2 011

: ( )

Disahkan oleh :

Ketua Jurusan,

**Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si**

NIP 19720212 200312 1 003

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Ahmad Bahari Ilmi  
NIM : 08510055  
Alamat : Jl. Letjen Suprpto 254 Nganjuk Jatim

Menyatakan bahwa **“Skripsi”** yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

**“ANALISIS PENGARUH SEGMENTASI PASAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TELKOM SPEEDY DI PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA CABANG KEDIRI”**

adalah hasil karya saya sendiri, bukan **“duplikasi”** dari karya lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada **“klaim”** dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing dan atau pihak fakultas ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 15 April 2013  
Hormat saya,

Ahmad Bahari Ilmi

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirahim, Alhamdulillah.* Segala puji dan syukur terpanjatkan kehadirat Allah SWT. Tuhan pencipta segala sesuatu yang ada di muka bumi ini dan seluruh isi alam semesta yang telah memberikan kenikmatan kepada kita, baik itu secara jasmani maupun rohani. Berkat rahmat dan hidayah-Nya pula, peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Konsume (PT. Telekomunikasi Indonesia Cabang Kediri)” dengan baik. Sholawat serta salam tercurah kepada pimpinan Islam yang telah membawa sinar kecemerlangan Islam yaitu Nabi Muhammad Saw beserta keluarga dan sahabat- sahabatnya yang telah membimbing umat ke arah jalan yang benar.

Tentunya peneliti ini tidak terlepas dari dukungan dan sumbangan pemikiran dari segenap pihak yang peneliti rasakan selama ini atas jasa-jasanya yang diberikan secara tulus ikhlas, baik materi maupun spiritual dalam usaha mencari kesempurnaan dan manfaat dari penelitian skripsi ini, tak lupa peneliti menyampaikan rasa hormat, ungkapkan rasa terima kasih serta penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.
2. Bapak Dr. HA. Muhtadi Ridwan, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang
3. Bapak Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.

4. Ibu Irmayanti Hasan., ST., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan membimbing serta memberikan pengarahan dan motivasi, sehingga skripsi ini dapat tersusun.
5. Bapak, Ibu yang paling tercinta, serta semua keluarga besarku yang selalu memberikan do'a restu, dukungan baik moral maupun spiritual dan yang setiap waktu bersujud dan berdo'a demi kelancaran penelitian skripsi ini hingga tercapainya cita-cita peneliti.
6. Para Dosen dan staf Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk bisa meraih cita-cita dan masa depan yang cerah.
7. Ibu Renny, Bapak Agus Satriawan, Bapak Agung Riyanto, dan seluruh karyawan PT. Telkom Cabang Kediri yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu, yang telah membantu penelitian ini sehingga berjalan dengan lancar.
8. Imam Kurdi yang telah memberikan waktu dan tenaganya untuk membantu terlaksananya penelitian skripsi ini.
9. Kepada Sulistyowatik terima kasih atas bantuanya berupa apapun, Motivasinya, semangat serta dukungannya dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.

10. Sahabat-sahabati PMII khususya Rayon Ekonomi Moch. Hatta yang selalu memberi *support* dalam membantu penyelesaian skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Jurusan Manajemen periode 2008, yang selalu memberi motivasi dan menemani dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Dan semua pihak yang telah memberikan sumbangan baik berupa tenaga maupun pikiran yang tak dapat peneliti sebutkan satu persatu semoga semua bantuan dan amal baiknya mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Semoga Allah SWT berkenan memberikan balasan yang setimpal kepada beliau-beliau sesuai dengan amal yang telah diberikan kepada peneliti. Tidak mengurangi rasa hormat dan dengan rendah hati peneliti menyadari masih banyak kekurangan yang disebabkan terbatasnya kemampuan yang peneliti miliki, atas kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat peneliti harapkan.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan nilai guna bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Amin Ya Robbal'Alamin.

***Walhamdulillahirobbil'aalamiin.***

Malang, 15 April 2013

Peneliti



## ABSTRAK

Ilmi, Ahmad Bahari. 2013. SKRIPSI. Judul: “Analisis Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Speedy Di PT. Telekomunikasi Indonesia Cabang Kediri”

Pembimbing : Irmayanti Hasan., ST., MM

Kata Kunci : Segmentasi Pasar

Latar belakang penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi segmentasi terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk Telkom Speedy. Karena pada dasarnya perusahaan tidak mampu melayani seluruh lapisan pelanggan, maka dari itu segmentasi pasar diperlukan dalam melayani sebagian kelompok pelanggan agar dapat dilayani secara optimal.

Variabel independen yang diteliti yaitu: geografis (X1), demografis (X2), Psikografis (X3), Perilaku (X4), dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada konsumen Speedy. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (Geografis, Demografis, Psikografis, Perilaku) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) digunakan analisis regresi berganda dengan metode analisa uji t dan uji F. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 105 responden konsumen Speedy di Area Kediri. Sedangkan pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling yang merupakan pemilihan sampel secara acak. Uji yang digunakan untuk menguji instrumen penelitian berupa uji validitas dan uji realibilitas. Uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t, sedangkan untuk menganalisis data, yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis regresi berganda diperoleh persamaan:

$$Y = 2,524 + 0,191X_1 + 0,073X_2 + 0,331X_3 + 0,365X_4 + 0,05$$

Dari hasil analisis regresi linear berganda diperoleh hasil bahwa variabel Geografis (X1), Demografis (X2), Psikografis (X3), dan Tingkah Laku (X4), berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Telkom Speedy (Y) secara linear. Dan variabel yang paling berpengaruh adalah Perilaku (X4) dengan koefisien sebesar 0,871. Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0.345, artinya seluruh variabel turunan strategi segmentasi mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 87,1% terhadap variabel dependen (Y) yakni keputusan pembelian. Sisanya 12,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian. Melalui uji F dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memang layak untuk menguji variabel dependen. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa dari keempat variabel independen terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen.

## ABSTRACT

Ilmi, Ahmad Bahari. 2013. Thesis. Title: "Analysis of Market Segmentation Influence Purchasing Decisions Against Telkom Speedy Products In PT. Telekomunikasi Indonesia Kediri Branch "

Supervisor : Irmayanti Hasan., ST., MM

Keywords : Market Segmentation

The background of this study aims to determine the effect of cementation strategies on consumer purchasing decisions in purchasing products Telkom Speedy. Because, basically, firms are not able to serve customers of all sizes, the segmentation of the market is needed in order to serve some groups of customers can be served in an optimal.

Independent variables studied are: geographic (X1), demographic (X2), Psychographics (X3), Behavior (X4), the dependent variable is the consumer purchase decision on Speedy. This study uses a sample of 105 respondents in the area of consumer Speedy Kediri. While sampling using a random sampling technique is the selection of a random sample. The test is used to test the research instrument in the form of test validity and reliability test. Hypothesis testing using the F test and t test, and for analyzing the data, which is used is multiple regression analysis.

The results showed that based on the results of multiple regression analysis equation:

$$Y = 2,524 + 0,191X_1 + 0,073X_2 + 0,331X_3 + 0,365X_4 + 0,05$$

From the results of multiple linear regression analysis result that geographic variables (X1), demographics (X2), Psychographics (X3), and Behavior (X4), influence on purchasing decisions Telkom Speedy product (Y) is linear. And the most influential variable is the behavior (X4) with a coefficient of 0.871. The coefficient of determination (R<sup>2</sup>) of 0.345, meaning that all variables derived segmentation strategies have contributed jointly by 87.1% of the dependent variable (Y) that is purchase decision. The remaining 12.9% is influenced by other factors that are not included in the study. Through the F test can be seen that all the independent variables is feasible to test the dependent variable. Hypothesis testing using t-test showed that of the four independent variables found to significantly affect the dependent variable.

## المستخلص

علمي، أحمد بحري. 2013. أطروحة. عنوان: "تحليل الإنقسام تأثير قرارات الشراء السوق ضد توكوم سبيدي المنتجات في PT. تيليكوميونيكاسي اندونيسيا فرع كيديري" المشرف: ارمائنتي حسن، المجسستير، .  
كلمات البحث: تجزئة السوق

يهدف خلفية هذه الدراسة إلى تحديد أثر استراتيجيات سمّنة على القرارات الشرائية للمستهلكين في شراء المنتجات توكوم سبيدي. لأنه، في الأساس، وشركات ليست قادرة على خدمة العملاء من جميع الأحجام، وهناك حاجة لتجزئة السوق من أجل خدمة يمكن أن تقدم بعض مجموعات من العملاء على النحو الأمثل.

وكانت المتغيرات المستقلة المدروسة: الجغرافية (X1) والديموغرافية (X2)، الجوانب النفسية (X3)، والسلوك (X4)، المتغير المستقل هو قرار شراء المستهلك على وجه السرعة. لتحديد مقدار تأثير المتغير المستقل (الجغرافية والديموغرافية والنفسية هي والسلوكية) على المتغير التابع (قرار الشراء) المستخدمة الانحدار المتعدد يحل مع اختبار T وتحليل أساليب اختبار F تستخدم هذه الدراسة عينة من 105 شملهم الاستطلاع في مجال المستهلك سبيدي كيديري. في حين أخذ العينات باستخدام تقنية العينة العشوائية هو اختبار عينة عشوائية. ويستخدم الاختبار لاختبار أداة البحث في شكل صلاحية اختبار واختبار الموثوقية. اختبار الفرضيات باستخدام اختبار F و t الاختبار، في حين لتحليل البيانات، والذي يستخدم هو تحليل الانحدار المتعدد. أظهرت النتائج أنه استنادا إلى نتائج متعددة معادلة تحليل الانحدار:

$$Y = 2.524 + 0.191 + 0.073 X1 X2 X3 + 0.331 + 0.365 + 0.05 X4$$

من نتائج متعددة الانحدار الخطي نتيجة التحليل أن المتغيرات الجغرافية (X1)، العوامل الديموغرافية (X2)، الجوانب النفسية (X3)، والسلوك (X4)، والتأثير على قرارات الشراء توكوم سبيدي المنتج (Y) هو الخطية. والمتغير الأكثر تأثيرا هو السلوك (X4) مع معامل 0.871. معامل التحديد (R2) من 0.345، وهذا يعني أن جميع متغيرات مشتقة استراتيجيات تجزئة ساهمت بشكل مشترك من قبل 87.1% من المتغير التابع (Y) وهذا هو قرار الشراء. ويتأثر المتبقية 12.9% بسبب عوامل أخرى التي لم يتم تضمينها في الدراسة. من خلال اختبار F يمكن ملاحظة أن جميع المتغيرات المستقلة غير مجدية لاختبار المتغير التابع. أظهر اختبار الفرضيات باستخدام اختبار t أن من المتغيرات المستقلة الأربعة وجدت لتؤثر تأثيرا كبيرا على المتغير التابع.

## DAFTAR ISI

<b>ANALISIS PENGARUH SEGMENTASI PASAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TELKOM SPEEDY DI PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA CABANG KEDIRI .....</b>	<b>I</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>III</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>IV</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VI</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>XII</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.1 Bagi Peneliti.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.2 Bagi PT. Telekomunikasi Indonesia Cabang Kediri	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.3 Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Hendri Aprizal (2012) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Mutmainna Jafar (2012).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 Achmad Husaini (2011).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

<b>2.2</b>	<b>Kajian Teori.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1	Strategi Segmentasi ( <i>Segmenting</i> ) ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2	Pola Segmentasi Pasar .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.3	Syarat Segmentasi Pasar .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.4	Dasar Penerapan Segmentasi Pasar	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.5	Proses Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.6	Kerangka Berfikir dan Model Konsep	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.7	Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III.....</b>		<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>		<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>3.1</b>	<b>Lokasi Penelitian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.2</b>	<b>Jenis dan Pendekatan Penelitian. ....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.3</b>	<b>Populasi dan Sampel.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.4</b>	<b>Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.5</b>	<b>Data dan Jenis Data .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.6</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.7</b>	<b>Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.2	UjiAsumsi Klasik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.3	Analisis Regresi Berganda.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.4	Uji Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.4.1	Uji Signifikansi Simultan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.4.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.4.3	Koefisien Determinasi R.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.4.4	Uji Variabel Dominan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV .....</b>		<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>		<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>4.1</b>	<b>Gambaran Umum PT. Telekomunikasi Indonesia</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1	Sejarah perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

4.1.2	Visi Misi Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.3	Struktur Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2</b>	<b>Hasi Penelitian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1	Gambaran Umum Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2	Karakteristik Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3	Gambaran Distribusi Item.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.4	Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.5	Uji Asumsi Klasik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.6	Analisis Regresi Linear Berganda ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.3</b>	<b>Hipotesis .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2	Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (uji t)	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.3	Pengujian Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.4	Uji Indikator Dominan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.5	Pembahasan dan Relefansi Hasil Penelitian dengan Teori .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.4</b>	<b>Segmentasi Pasar Dalam Perspektif Islam</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>PENUTUP</b>	<b>.....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>

