

**“ANALISIS SEGMENTASI KONSUMEN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO  
DI KOTA SOLO”**



**SKRIPSI**

**Disusun untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Persyaratan Guna Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNS Surakarta**

**Disusun Oleh :**

**SIGIT PRAMONO**

**F1212063**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

**SURAKARTA**

**2014**

**ABSTRAK****ANALISIS SEGMENTASI PADA KONSUMEN MOTOR MIO DI SOLO****SIGIT PRAMONO****F1212063**

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen ke dalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen (Kotler, 1998). Segmentasi penting dilakukan untuk memudahkan perusahaan memahami kondisi pasar serta memudahkan dalam membuat strategi pemasaran (Suharjo, 2008).

Penelitian ini merupakan segmentasi pasar yang fokus pada aspek gaya hidup. Variabel *Activity, Interest, Opinion* digunakan untuk mengungkap gaya hidup responden. Sampel diambil sebanyak 200 responden dengan menggunakan kuisioner. Teknik *purposive sampling* digunakan sebagai metode pengambilan sampel.

Data diuji dengan menggunakan *Hierarchical Cluster Analysys*. Software statistik SPSS 16 digunakan untuk membantu pengujian klaster. Hasil menunjukkan bahwa konsumen Yamaha Mio terbagi menjadi tiga segmen. Segmen pertama disebut *Circle User* dengan ciri : ramah, *fleksibel*, mementingkan kesenangan, dan memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Segmen kedua disebut *Rectangel User* dengan ciri : pantang menyerah, optimis, mampu bekerja dalam kondisi kritis sekalipun. Segmen ketiga disebut *Sosialis User* dengan ciri : pandai beradaptasi, aktif, suka terlibat dalam kelompok. Hasil dari uji ini dapat memberikan masukan bagi perusahaan khususnya dalam melakukan segmentasi pasar.

Kata Kunci : Segmentasi, Gaya Hidup, AIO (*Activity, Interest, Opinion*)

**ABSTRACT****THE ANALYSIS OF MIO MOTORCYCLE'S CONSUMER SEGMENTATION  
SOLO****By****SIGIT PRAMONO**  
**F1212063**

*Market segmentation is to divide the market activity heterogeneous units into the market (market segment) which is homogeneous (Kotler, 1998). Segmentation is necessary to allow companies to understand the market conditions as well as facilitate in making the marketing strategy (Suharjo, 2008).*

*This research is market segmentation focus on aspects of lifestyle. Variable Activity, Interest, Opinion used to reveal the lifestyle of respondents. Samples were taken of 200 respondents using questionnaires. Purposive sampling technique is used as the sampling method.*

*Data were tested by using Hierarchical Cluster Analysys. SPSS 16 statistical software used to help test cluster. The results showed that consumers Yamaha Mio is divided into three segments. The first segment is called Circle Users with traits: friendly, flexible, concerned with pleasure, and have high confidence. The second segment is called Rectangel Users with characteristic: unyielding, optimistic, able to work in critical condition though. The third segment is called Socialist Users with characteristics: good at adapting, active, like to be involved in the group. The results of this test can provide input for the company, especially in the market segment.*

*Keywords: Segmentation, Lifestyle, AIO (Activity, Interest, Opinion)*

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

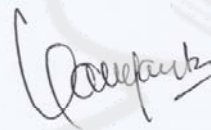
Skripsi dengan judul :

ANALISIS SEGMENTASI KONSUMEN SEPEDA MOTOR MID DI SOLO

Surakarta, Oktober 2014

Disetujui dan diterima oleh

Dosen Pembimbing



**Haryanto SE, M.S.I**  
NIP. 197403092006041001

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

ANALISIS SEGMENTASI KONSUMEN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO  
DI SOLO

Atas nama mahasiswa : Sigit Pramono (NIM : F1212063)

Telah diterima dengan baik oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Sebelas Maret guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi  
syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

Surakarta, 11 November 2014

Tim Penguji Skripsi

1. Drs. Heru Purnomo, M.M  
NIP. 19570122 198603 1 003
2. Haryanto, S.E, M.Si.  
NIP. 19740309 200604 1 001
3. Drs. Wiyono, M.M.  
NIP. 19550505 198503 1 002

Ketua

Pembimbing

Anggota

Disahkan oleh

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Hunik Sri Runing, M.Si  
NIP. 19590403 198601 2 001

**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret:

Nama : Sigit Pramono  
NIM. : F1212063  
Program Studi : Manajemen  
Judul Tugas Akhir : Analisis Segmentasi Konsumen Sepeda Motor Mio di Solo

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan ijazah dan penjabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 5 November 2014



Sigit Pramono  
NIM. F1212063

**MOTTO**

**Kamu tidak akan pernah tahu seberapa kuat kemampuan seekor kuda sampai kamu menaikkan barang berat dan melihatnya menarik ( Paul Briyant)**

Tidak ada orang bodoh, yang ada itu adalah orang malas, maka jika engkau mendengar suara dalam diri, ” kamu tidak akan bisa berenang” maka berpegaslah berenang, maka suara itu akan hilang (Sigit Pramono)

*Tidak ada yang dapat menimbulkan kebaikan dan keburukan selain Allah*

*Oleh karena itu bersungguh-sungguhlah mendekat kepada-Nya*

*Hanya kepada Allah kami berharap, meminta, dan berserah diri*

**HALAMAN PERSEMBAHAN**



*Penelitian ini saya persembahkan kepada :*

*Ayahanda Suprpto dan Ibunda Sunarsih yang tercinta*

*Bapak Haryanto*

*Keluarga besar Kos Muslim*

*Keluarga Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis*

*Keluarga Besar Universitas Sebelas Maret*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah yang telah mencurahkan karuniaNya, sehingga penelitian ini mampu kami hadirkan didepan para pembaca sekalian. Tidak lupa kami haturkan sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan umatnya.

Ilmu adalah suatu kunci sukses “hidup” manusia. Konon kalau manusia ingin sukses dunia maka gunakanlah ilmu, apabila manusia ingin sukses di akherat maka gunakanlah ilmu dan apabila manusia ingin sukses dunia dan akherat maka gunakanlah ilmu.

Penelitian merupakan bagian dari ilmu yang sengaja kami sajikan kepada pembaca supaya nantinya bisa menjadi acuan dalam memperkaya pengetahuan khususnya ilmu ekonomi. Kami sadar bahwa dalam penyusunan penelitian ini pasti banyak hal-hal yang perlu dikoreksi, maka kritik dan saran yang membangun sangat kami perlukan demi kesempurnaan penelitian kami.

Penelitian ini tidak akan bisa tercipta tanpa bantuan dari pihak-pihak terkait, untuk itu kami ucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Dr. Wisnu Untoro, M.S., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
2. Dr. Hunik Sri Runing S, M.Si., Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bistis Universitas Sebelas Maret.
3. Haryanto SE,M.S.i selaku dosen pembimbing skripsi yang telah mencurahkan segala waktu, tenaga dan pikirannya.

4. Bapak dan Ibu yang selalu mendoakan demi kelancaran dalam penyelesaian penelitian ini.
5. Sahabat Maliki Ali Mudin yang telah memberikan dukungan baik secara moril dan spirituil.
6. Universitas Sebelas Maret yang telah bersedia menerima dan memfasilitasi penulis demi terlaksananya penelitian ini.

Semoga Allah Ta'ala meridhoi skripsi ini. Harapan kami meski dengan sedikitnya ilmu yang melekat pada diri kami, skripsi ini tetap dapat mengalirkan manfaat kepada siapapun yang ingin mendapatkan kebaikan. Kepada Allah Ta'ala saya memohon ampun dan petunjuk.

Surakarta 20 Oktober 2014

Penulis

**Sigit Pramono**

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR DIAGRAM .....	xvi
DAFTAR BAGAN .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7

BAB II LANDASAN TEORI .....	8
2.1. Tinjauan Pustaka.....	8
2.2. Penelitian Terdahulu .....	13
2.3. Tahapan Penelitian .....	27
BAB III METODE PENELITIAN .....	28
3.1. Desain Penelitian .....	30
3.2. Populasi dan Sampel .....	31
3.3. Lokasi Penelitian .....	33
3.4. Sumber Data.....	33
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6. Definisi Operasional.....	35
BAB IV PEMBAHASAN .....	45
4.1. Analisis Deskriptif.....	47
4.2. Analisis Instrumen Penelitian .....	52
4.3. Analisis Cluster .....	60
BAB V PENUTUP.....	76
5.1. Kesimpulan .....	76
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	76

5.3 Implikasi Studi ..... 77

DAFTAR PUSTAKA ..... 80

LAMPIRAN ..... 83



## DAFTAR TABEL

## TABEL

II.1 Penelitian Terdahulu .....	14
III.1 Identifikasi Variabel AIO .....	38
IV.1 Distribusi Responden Berdasarkan Alamat .....	48
IV.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
IV.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	49
IV.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	50
IV.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
IV.6 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	51
IV.7 Distribusi Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....	52
IV.8 Hasil Uji Validitas .....	54
IV.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	59
IV.10 Number of Cases in each Cluster .....	66

## DAFTAR GRAFIK

Grafik I.1 Pemakai Matic .....	3
Grafik III.1 Prosedure Pengklasteran .....	42



### DAFTAR DIAGRAM

Diagram IV.1 Hierarchical Cluster Analisis Activity .....	62
Diagram IV.2 Hierarchical Cluster Analisis Interest.....	64
Diagram IV.3 Hierarchical Cluster Analisis Opinion .....	67





**DAFTAR BAGAN**

Bagan II.1 Tahapan Penelitian ..... 27



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Survei

Lampiran 2. Uji Validitas sampel kecil

Lampiran 3. Tabulasi Data deografi

Lampiran 4. Tabulasi data jawaban responden

Lampiran 5. Uji validitas

Lampiran 6. Uji reliabilitas

Lampiran 7. Uji Deskriptif

Lampiran 8. Analisis Cluster