

**EFEKTIVITAS SEGMENTATION, TARGETING, AND POSITIONING
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN**
(Study kasus pada akun Instagram @hayu_outfit)

SKRIPSI



Oleh :

AMAR ASYAM ALFARAS
18610012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2022**



**EFEKTIVITAS SEGMENTATION, TARGETING, AND POSITIONING
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN**
(Study kasus pada akun Instagram @hayu_outfit)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro

Oleh :

**AMAR ASYAM ALFARAS
18610012**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2022**

ABSTRAK

Amar Asyam Alfaras. 2022. **Efektivitas Segmentation, targeting, and positioning terhadap perilaku konsumen yang dilakukan oleh akun Instagram @hayu_outfit.** Skripsi. Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Ardiansyah Japlani, S.E., M.M. Pembimbing (2) Fitriani, S.E., M.M.

Tujuan penelitian ini untuk menguji hubungan efektivitas *Segementation, targeting, and positioning* terhadap perilaku konsumen yang dilakukan oleh akun Instagram @hayu_outfit. Jenis penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif korelatif. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 94 pembeli diambil dari pembeli tetap pada @hayu_outfit. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah jenis data yang akan digunakan yaitu data primer. Dari 117 kuesioner yang disebarluaskan hanya sebanyak 94 kuesioner yang dapat diolah. Data tersebut kemudian diuji kualitas datanya dengan menggunakan uji validitas, uji realibilitas. Setelah dilakukan pengujian kualitas data kemudian diuji menggunakan uji rank spearman. Kemudian data dianalisis menggunakan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini adalah hubungan efektivitas *Segementation, targeting, and positioning* terhadap perilaku konsumen yang dilakukan oleh akun Instagram @hayu_outfit. Efektivitas Segmentation berhubungan positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumen, Targeting berhubungan positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumen, Positoning berhubungan positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumen.

Kata Kunci : efektivitas Segementation, targeting, positioning, perilaku konsumen.

ABSTRACT

Amar Asyam Alfaras. 2022. Effectiveness of segmentation, targeting, and positioning on consumer behavior carried out by the @hayu_outfit Instagram account. Thesis. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Metro. Supervisor (1) Ardiansyah Japlani, S.E., M.M. Supervisor (2) Fitriani, S.E., M.M.

The purpose of this study was to examine the relationship between the effectiveness of segmentation, targeting, and positioning on consumer behavior carried out by the @hayu_outfit Instagram account. This type of research includes correlative quantitative research. The population in this study were 94 buyers taken from regular buyers at @hayu_outfit. The method used in the study is the type of data to be used, namely primary data. Of the 117 questionnaires distributed, only 94 questionnaires could be processed. The data is then tested for data quality by using the validity test, reliability test. After testing the quality of the data then tested using the Spearman rank test. Then the data were analyzed using the coefficient of determination test. The results of this study are the relationship between the effectiveness of segmentation, targeting, and positioning on consumer behavior carried out by the @hayu_outfit Instagram account. Segmentation effectiveness is positively and significantly related to consumer behavior, targeting is positively and significantly related to consumer behavior, positioning is positively and significantly related to consumer behavior.

Keywords: effectiveness of segmentation, targeting, positioning, consumer behavior.

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI
SKRIPSI
EFEKTIVITAS SEGMENTATION, TARGETING, AND POSITIONING
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN
(Studi kasus pada akun Instagram @hayu_outffit)

AMAR ASYAM ALFARAS
NPM. 18610012

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada
Hari : Kamis
Tanggal : 14 September 2022
Tempat ujian : Ruang Sidang FEB UM Metro
Tim Penguji,


Ardlansyah Japlani, S.E. MBA
NIDN. 023101802

Ketua penguji


Fitriani, S.E., M.M.
NIDN. 0206068604

Sekretaris


Dr. Yateno, S.E., M.M.
NIDN. 0225046502

Penguji Utama

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


H. Suwarto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

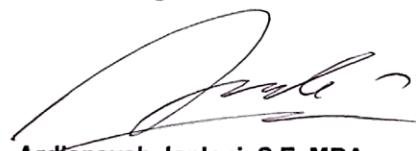
HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
EFEKTIVITAS SEGMENTATION, TARGETING, AND POSITIONING
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN

(Study kasus pada akun Instagram @hayu_outfit)

Oleh:
AMAR ASYAM ALFARAS
NPM. 18610012

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I



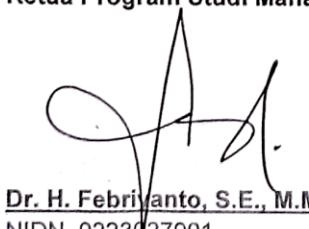
Ardiansyah Japlani, S.E., MBA
NIDN. 023101802

Pembimbing II



Fitriani, S.E., M.M.
NIDN. 0206068604

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M
NIDN. 0223027901

SURAT ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah sini saya:

Nama : Amar Asyam Alfaras

NPM : 18610012

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Prodi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“EFEKTIVITAS SEGMENTATION, TARGETING AND POSITIONING TERHADAP PERILAKU KONSUMEN (STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM @hayu_outfit)”** benar hasil karya saya bukan plagiat apabila dikemudian hari terdapat unsur berupa plagiat dalam skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik sarjana manajemen dan akan mempertanggung jawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

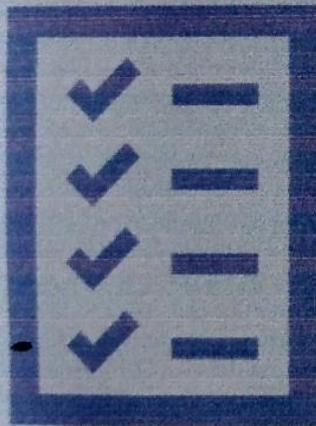
Metro, Juni 2022

Yang membuat pernyataan


Amar Asyam Alfaras
NPM. 18610012



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 3196/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	:	AMAR ASYAM AL FARAS
NPM	:	18610012
Jenis Dokumen	:	SKRIPSI

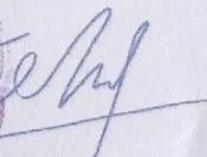
Judul:

EFEKTIVITAS SEGMENTATION, TARGETING AND POSITIONING TERHADAP PERILAKU KONSUMEN (STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM @HAYU_OUTFIT)

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase ≤20%. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 16 September 2022
Kepala Unit,



Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.
NIDN. 0203128801

mat:

Ki Hajar Dewantara No.116
gmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro
mpung, Indonesia

bsite: www.upi.ummetro.ac.id
mail: upi@ummetro.ac.id

MOTTO

“Aku sudah pernah merasakan semua kepahitan dalam hidup dan yang paling pahit ialah berharap kepada manusia (**Ali Bin Abi Thalib**)

“Janganlah pernah menyerah ketika kamu masih mampu berusaha lagi, tidak ada kata berakhir sampai kamu berhenti mencoba (**Brian Dyson**)

“keberuntungan berpihak pada dia yang berani”
(*Amar Asyam Alfaras*)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Orang tua saya bpak Dalroji dan ibu Sunesti yang selalu membimbing dan memberikan doa serta uang jajan bulanan, bayar kostan, bayar SPP kampus, yang juga buat saya dengan tak pernah lelah untuk semangat membahagiakan beliau.
2. Kakak saya Eka Astrid sulistiawati, S.Pd dan Dwi Aprilia, M.Pd yang selalu menjadi contoh buat saya dalam berjuang meraih dunia pendidikan sampai titik ini.
3. Ibu Ning dan kakak Aulia Maya, adik Maratus Sholehah yang jauh dari saya selama ini, terimakasih sudah memberikan suatu dorongan semangat juga selalu mengingatkan hal kebaikan dan keburukan selama saya kuliah ini.
4. Adik-adik kandung maupun ponakan saya yang selalu membuat saya bangga ketika saya pulang kampung dan membuat saya lebih semangat dan perhatian.
5. Bapak ibu kostan yang selalu sabar menghadapi saya dan saya berterimakasih dalam 4th ini bisa bertahan dan tidak sampai pindah kostan.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat allah swt atas nikmat yangsangat luar biasa sehingga kita masih diberikan kesehatan, wawasan serta petunjuk sehingga skripsi penelitian dengan judul “Efektivitas segmentation, targeting, and positoning terhadap perilaku konsumen” (Study kasus pada akun Instagram @hayu_outfit)” dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih seluruhnya kepada :

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M. pd. Selaku rektor universitas Muhammadiyah metro.
2. H. Febriyanto, S.E, M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Ratmono, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu sabar dan bijak dalam memberikan arahan dari semester 1 hingga selesai.
4. Ardiansyah Japlani, S.E, MBA Dan Fitriani,S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan bijaksana telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
5. Hayudiar selaku pemilik toko dan akun instagram @hayu_outfit terimakasih atas bantuannya dan juga diperbolehkan untuk bahan penelitian skripsi saya.
6. Teman-teman program studi manajemen angkatan 2018, yang saya tidak bisa disebutkan namanya satu demi satu, terimakasih atas kekonyolannya dan juga kebersamaan saat melewati perjuangan hingga saat ini.
7. Teman seperjuangan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Pramuka yang bersedia menemani saya berjuang di periode kepengurusan 2018-2021.
8. Teman seperjuangan Himpunan Mahasiswa Manajemen (HIMAMEN) yang bersedia bahu membahu bersama saya dalam masa periode kepengurusan 2018-2021.

10.Teman-teman Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah yang bersedia menemani dan berjuang kepengurusan 2020-2021.

Saya menyadari jika proposal ini masih begitu jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah saya harapkan.

Akhir kata, semoga allah swt yang maha esa memberikan berkah dan rahmat-nya yang melimpah untuk membalas kebaikan bapak,ibu dan rekan-rekan sekalian.

Wassalamualaikum wr. Wb.

Metro, Juni 2022

Penulis

Amar Asyam Alfaras

18610012

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Logo.....	ii
Halaman Judul.....	iii
Abstrak.....	iv
Abstract.....	v
Halaman Persetujuan Penguji	vi
Halaman Pengesahan	vii
Surat Pernyataan Orisinalitas Skripsi.....	viii
Surat Keterangan Kesamaan (<i>Similarity Check</i>)	ix
Motto	x
Halaman Persembahan	xi
Kata Pengantar	xii
Daftar Isi.....	xiv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Tabel	xvii
Daftar Lampiran.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Asumsi Penelitian	7
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Landasan Teori	8
B. Penelitian Relevan (Terdahulu)	15
C. Kerangka Pemikiran.....	17
D. Hipotesis Penelitian	17
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	19
B. Subjek Dan Obyek Pengumpulan Data	19
C. Definisi Operasional	19
D. Populasi Dan Sampel.....	20
E. Teknik Pengumpulan Data	21

F.Instrumen Penelitian.....	22
G.Teknik Analisis Data	22

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian.....	25
B. Hasil uji Instrumen Penelitian.....	27
C. Metode Analisis Data	34
D. Pembahasan	40

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	43
B. Saran.....	44

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 kerangka pemikiran Konseptual	21
Gambar 2 letak strategis toko hayu outfit	31
Gambar 3 akun Instagram hayu outfit sebagai media promosi	32
Gambar 4 Letak toko offline hayu outfit.....	78
Gambar 5 Toko online instagram hayu outfiti.....	78
Gambar 6 Jenis outfit di instagram @hayu_outfit.....	78
Gambar 7 Observasi pemilik toko dan akun instagram @hayu_outfit	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Pengunjung	4
Tabel 2 Data Penjualan	5
Tabel 3 Interpretasi nilai.....	29
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	35
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 7 karakteristik responden berdasarkan alasan membeli.....	36
Tabel 8 Uji Validitas	37
Tabel 9 Hasil Uji Reliabelitas	39
Tabel 10 Hasil Uji Korelasi Spearman Hipotesis	40
Tabel 11 Hasil Uji Korelasi Spearman Hipotesis	41
Tabel 12 Hasil Uji Korelasi Spearman Hipotesis	43
Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Kuisoner

Lampiran 2. Data Jawaban Kuisoner Responden (X1,X2,X3,Y)

Lampiran 3. Perhitungan uji korelasi rank spearman

Lampiran 4 Uji Validitas (X1, X2, X3 dan Y)

Lampiran 5 Uji Reliabilitas (X1, X2, X3 dan Y)

Lampiran 6 Uji Rank Spearman (X1, X2, X3 dan Y)

Lampiran 7 gambar penelitian