PENGUKURAN SEGMENTASI PASAR PAKAIAN, STUDI EMPIRIK PADA KONSUMEN USIA MUDA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

NUGROHO EKO SAPUTRO
NIM : B 100 080 044

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2012

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

PENGUKURAN SEGMENTASI PASAR PAKAIAN, STUDI EMPIRIK PADA KONSUMEN USIA MUDA

Disusun Oleh:

NUGROHO EKO SAPUTRO
NIM : B 100 080 044

Penandatangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Maret 2012

Pembimbing Utama

(Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, M.si)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	:	Nugroho Eko Saputro
NIRM	:	08.6.106.02016.500044
Jurusan	:	Manajemen
Judul Skripsi	:	Pengukuran Segmentasi Pasar Pakaian, Studi Empirik Pada Konsumen Usia Muda

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 27 Maret 2012

Yang membuat pernyataan

Nugroho Eko Saputro

MOTTO

1. *Jadikanlah sholat dan sabar sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusu'* ***(QS. Al Baqarah:45).***
2. *Bacalah dan Tuhanmu amat mulia. Yang telah mengajar dengan pena. Dia telah mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.*
   (QS Al Alaq: 3-5)
3. *Barangsiapa berjalan di suatu jalan untuk menuntut ilmu, maka Allah akan mempermudah jalan ke Surga* ***(HR. Muslim).***
4. *Tiadanya keyakinanlah yang membuat orang takut menghadapi tantangan; dan saya percaya pada diri saya sendiri.* ***(Muhammad Ali)***
5. *(Yahya bin Mu'az Ar-Razy) berkata:*
   "Jadikanlah dirimu bagian dari tiga macam orang mukmin, supaya kamu tergolong orang yang baik:
   (a) jika kamu tidak dapat memberikan keuntungan kepadanya, janganlah merugikanya.
   (b) Jika kamu tidak dapat menyenangkanya, maka janganlah menyusahkannya.
   (c) Jika kamu tidak memujinya, janganlah mencelanya.
6. *Jika Anda menginginkan sesuatu yang belum pernah Anda miliki, Anda harus bersedia melakukan sesuatu yang belum pernah Anda lakukan* ***(Thomas Jefferson).***
7. *Dalam menjalani kehidupan sehari-hari harus bernilai ibadah (sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidup dan matiku hanya untuk Alloh SWT).*
   (Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur Alhamdulillah karya ini kupersembahkan untuk:

Allah SWT dengan segala Kemuliaan-Nya, setiap goresan tinta dalam lembar putih ini merupakan petunjuk dan anugerah yang tak terhingga. Tanpa-Nya tulisan ini tiada bermakna.

Rasullullah SAW, semoga sholawat dan salam selalu tercurah kepada Beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga, serta sahabat.

Bapak dan ibuku tercinta, yang senantiasa memberikan kasih sayang, nasehat, perhatian, pengorbanan, motivasi dan segenap doa restu yang sangat luar biasa sehingga mengantarkanku tuk meraih cita-cita ini.

Adikku tersayang, terimakasih telah memberi dorongan dan doa dalam studi ini.

Semua keluarga, sahabat dan teman-temanku yang selalu bersedia membantuku, mendukungku, dan menyemangatiku.

Seseorang yang Allah ciptakan untukku.

Almamaterku

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi dengan judul **"PENGUKURAN SEGMENTASI PASAR PAKAIAN, STUDI EMPIRIK PADA KONSUMEN USIA MUDA"** dapat berjalan dengan lancar.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan guna melengkapi syarat yang diperlukan dalam memperoleh gelar kesarjanaan Strata-1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa suatu karya dibidang apapun tidak terlepas dari kekurangan, disebabkan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Penulis menyadari tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan yang telah diberikan berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung tidak mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, M.si selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen.

3. Bapak Anton Agus Setyawan SE., M.Si. selaku Pembimbing Utama yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, nasihat dan dorongannya dengan penuh kesabaran sampai terselesaikannya skripsi ini.

4. Bapak Anton Agus Setyawan SE., M.Si. selaku Pembimbing Akademik yang telah mengarahkan dan membimbing demi kelancaran selama menempuh studi.

5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membekali penulis dengan disiplin ilmu yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.

6. Segenap karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membantu dalam memberikan pelayanan maupun informasi.

7. Bapak Slamet Priyono dan Ibu Mulyani tercinta, terima kasih untuk segala yang telah diberikan untukku.Adikku tersayang (Taufik Nur Imam), terima kasih atas semangat yang selalu kau berikan untukku.

8. Keluargaku yang selalu menyemangatiku terutama mbak sari, mas anjar, dan wahyu yang telah membantu terselesainya skripsi ini.

9. Seseorang yang selalu spesial di hatiku, terima kasih atas dukungan, doa dan semangatnya. Sukses untukmu juga, semangat!!!

10. Sahabat-sahabatku (Agus, Arif, Hartono) yang selalu ada tiap suka dan duka, sejak semester satu sampai tujuh. Kalian sudah menjadi keluarga kedua

bagiku. Banyak pengalaman dan kenangan manis bersama kalian. Sukses buat kita semua. Jangan lupakan persahabatan kita ya.

11. Teman-teman kontrakan pak Tho'at (Agus, Arif, Dhani, Syabit, Hartono, Munif, Hendra, dan Ami) yang selalu membagi canda tawa bersama dalam suka dan duka.

12. Teman-teman Team Lab. Manajemen, mari kita gali pengalaman sebanyak-banyak nya teman. Terimakasih juga untuk bantuan dan dukungannya. Sukses untuk kita semua.Teman-teman manajemen angkatan 2008 khususnya kelas C semoga lebih sukses dikemudian hari.

13. Serta semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini, mohon maaf tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Hanya ucapan terimakasih yang dapat penulis sampaikan.

Akhirnya semoga amal baik Bapak/Ibu/Saudara dapat diterima oleh Allah SWT dan mendapatkan balasan sebaik mungkin, Amin. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu Penulis mengharap saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Maret 2012

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN..... ii

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iii

HALAMAN MOTTO iv

HALAMAN PERSEMBAHAN v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

ABSTRAK xv

BAB 1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 5

C. Tujuan Penelitian 5

D. Manfaat Penelitian 6

E. Sistematika Penulisan 6

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Segmentasi Pasar 8

B. Orientasi Belanja 11

C. Atribut 15

D. Manfaat 20

E. Penelitian Terdahulu 23

F. Hipoteis 25

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Kerangka Pemikiran 26

B. Definisi Operasional Variabel 27

C. Instrumen Penelitian 28

D. Populasi dan Sampel 30

E. Data dan Sumber Data 31

F. Uji Instrumen Penelitian 32

G. Metode Analisis Data 35

BAB IV. PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden 37

B. Pengujian Instrumen Penelitian 38

C. Pembahasan 46

BAB V. PENUTUP

A. Simpulan 49

B. Keterbatasan Penelitian 49

C. Saran 50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 4.1 Distribusi Responden berdasarkan Umur 37

Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 38

Tabel 4.3 Rangkuman Hasil Uji Validitas Orientasi Belanja Pakaian 39

Tabel 4.4 Rangkuman Hasil Uji Validitas Atribut Pakaian 40

Tabel 4.5 Rangkuman Hasil Uji Validitas Manfaat Pakaian 41

Tabel 4.6 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas 43

Tabel 4.7 Oneway ANOVA Orientasi Belanja dengan Atribut 44

Tabel 4.8 Oneway ANOVA Orientasi Belanja dengan Manfaat 45

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel apa saja yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen, dalam melakukan suatu pembelian produk pakaian. Yaitu dengan memprediksikan perilaku pembelian konsumen terhadap suatu produk pakaian dengan melihat dari pembagian segmen berdasarkan karakteristik masing-masing konsumen. Penelitian ini menganalisis perbedaan orientasi belanja berdasarkan atribut yang melekat pada suatu pakaian, serta menganalisis perbedaan antara orientasi belanja berdasarkan manfaat dari pakaian yang akan dibeli. Dengan melihat dari segmen konsumen berdasarkan karakteristik belanja secara hedonis, rasional belanja, dan harga sebagai eksplorasi belanja.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa-mahasiswi Universiatas Muhammadiyah Surakarta Program Studi Manajemen. Sampel yang digunakan sebanyak 120 responden. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksploratif. Metode yang dipakai dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling.* Tehnik pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis ANOVA. Hasil olah data dengan bantuan komputer program SPSS 11.5. Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa orientasi belanja konsumen dapat dibedakan berdasarkan atribut pakaian. Hal ini bisa dilihat dari nilai signifikansi yang lebih kecil dari pada tingkat signifikansi 0.05 yaitu nilai signifikansi pada merek sebagai niat pembelian kembali sebesar 0.007 dan utilitarian atribut 0.016. Serta juga diketahui bahwa orientasi belanja konsumen dapat dibedakan berdasarkan manfaat yang didapatkan dari pakaian. Hal ini bisa dilihat dari nilai signifikansi mode sebesar 0.000, untuk nilai signifikansi nilai merek 0.02, dan dari kenyamanan sebesar 0.001. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan orientasi belanja berdasarkan atribut yang melekat pada pakaian serta dalam melakukan pembelian berdasarkan atribut yang dilihat dari konsumen yaitu dari faktor merek dan utilitarian atribut. Serta terdapat perbedaan orientasi belanja berdasarkan manfaat yang didapatkan oleh konsumen dari suatu pakaian yang dilihat yaitu dari segi mode, nilai merek, dan kenyamanan.

Kata kunci: Segmentasi pasar, Orientasi belanja, Atribut, Manfaat