

**PENGARUH PROMOSI DAN SEGMENTASI PASAR
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA PADA PT. DINAMIKA
SEJAHTERA MOTOR KUPANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



OLEH :

TRIXI SORAYA HABA
NIM: 32118097

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2022**

LEMBAR PENGESAHAN


**PENGARUH PROMOSI DAN SEGMENTASI PASAR TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT
DINAMIKA SEJAHTERA MOTOR KUPANG**

Yang diajukan oleh :


Nama : Trixie Soraya Haba
NIM : 32118097
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I


Anggraeny Paridy, SE, M.Si
NIDN: 0011036501

Pembimbing II


Maria A. L. Amaral, SE, MM
NIDN : 0805079302

Kupang 2022

Ketua Program Studi Manajemen


Rosadallma Fisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

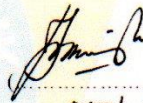




LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Sabtu, 15 Juni 2022
Jam : 11.00 – 13.00 Wita
Tempat : *Conference Room*
Atas Nama : Trixi Soraya Haba
Nomor Registrasi : 32118097
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

- | | | |
|---------------|---------------------------------|---|
| 1 Ketua | : Anggraeny Paridy, SE, M.Si | () |
| 2 Sekretaris | : Maria A. Lopes Amaral, SE, MM | () |
| 3 Penguji I | : Dr. Stanis Man, SE, M.Si | () |
| 4 Penguji II | : Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM | () |
| 5 Penguji III | : Maria A. Lopes Amaral, SE, MM | () |

MENGETAHUI

Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis


Jou Sewa Adrianus, SE, MM
NIDN : 0809055901

Ketua Program Studi Manajemen


Rosadallma Lisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

**“Kebanyakana Dari Kita Tidak Mensyukuri Apa Yang Sudah Kita Miliki,
Tetapi Kita Selalu Menyesali Apa Yang Belum Kita Capai”.**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Ayah tercinta Matheos Haba, Ibu tercinta Petronela Sapay yang dengan susah payah bekerja keras membiayai dan selalu mendukung yang terbaik sejak kecil hingga dapat menyelesaikan Pendidikan ini. Kepada saudara yang terkasih, Kakak Yelin Haba, adik Vrigi Haba dan Dika Haba yang selalu mendukung dan memotivasi untuk tetap semangat.

Kupang, Juni 2022

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Promosi dan Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang” di bawah bimbingan Ibu Anggraeny Paridy, SE, M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Maria A.L Amaral, SE, MM selaku Pembimbing II

PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang merupakan *Dealer* resmi sepeda motor Honda, namun penjualan sepeda motor pada PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang selama 5 tahun terakhir mengalami fluktuasi. Masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana persepsi responden terhadap promosi, segmentasi pasar dan gambaran keputusan pembelian sepeda motor Honda pada PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang? (2) Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang? (3) Apakah segmentasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang?. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui persepsi responden terhadap promosi, segmentasi pasar dan gambaran keputusan pembelian sepeda motor Honda pada PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang. (2) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang. (3) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh segmentasi pasar terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli sepeda motor Honda pada PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dari jumlah indikator yang digunakan, yaitu sebanyak 13 indikator dan dikalikan nilai 6, sehingga jumlah sampel penelitian ini sebanyak 78 responden. Teknik analisis data adalah analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap Promosi dikategorikan baik, Segmentasi pasar dikategorikan baik, dan keputusan pembelian juga dikategorikan baik. Hasil analisis statistik inferensial menunjukkan bahwa: (1) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Segmentasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis koefisien determinasi variabel keputusan pembelian sebesar 0,789 atau 78,9%. Artinya sebesar 78,9% keputusan pembelian merupakan kontribusi variabel Promosi dan Segmentasi Pasar, sedangkan sisanya 21,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.

Disarankan untuk PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang, sebaiknya menambahkan jenis promosi di sosial media yang lebih kreatif untuk menyaingi pesaing, sehingga dapat meningkatkan jumlah konsumen dalam membuat keputusan untuk pembelian sepeda motor Honda pada PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang. Segmentasi pasar diharapkan perusahaan memperluas pemasaran pada konsumen yang berusia mudah, sehingga jumlah konsumen dapat lebih banyak membuat keputusan pembelian sepeda motor Honda pada PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang.

Kata Kunci: Promosi, Segmentasi Pasar, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan bimbinganNya, sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi dan Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Penulisan skripsi ini dalam rangka menyelesaikan perkuliahan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. Selama penelitian ini sampai pada penyusunan skripsi ini banyak memperoleh dukungan moril maupun materi dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini patut diucapkan limpah terima kasih kepada:

1. Peter Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberi kesempatan untuk mengikuti pendidikan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Bapak Jou Sewa Adrianus, SE, MM selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan perhatian dukungan dan motivasi selama mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM dan Ibu Mawar B.M.G Wutun, SE, MM selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang dan seluruh

jajarannya yang telah memberikan pelayanan administrasi selama mengikuti perkuliahan.

4. Ibu Anggraeny Paridy, SE, M.Si selaku Pembimbing I yang telah mengarahkan dan membimbing, dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Maria A.L.Amaral, SE, MM selaku Pembimbing II yang telah mengarahkan dan membimbing serta membantu untuk penyelesaian penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Stanis Man, SE, M.Si selaku Penguji I yang telah memberi saran dan masukan untuk penyempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh dosen pengajar dan staf sekretariat Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah membantu dalam berbagai hal selama mengikuti perkuliahan dan memberikan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
8. PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian di perusahaannya.
9. Kepada ke dua Orang Tua, Bapak Matheos Haba dan Ibu Petronela Sapay, yang telah membesarkan dan mendidik, serta membiayai sejak kecil, Saudara kandung, kakak Yelin Haba, adik Virgi Haba dan Dika Haba atas segala dukungan dan doa yang telah diberikan.
10. Kepada teman-teman seperjuangan yang selalu menyemangati dan membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
11. Kepada seluruh pihak yang telah membantu, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yesus membalas budi baik semua pihak yang telah memberikan kesempatan, dukungan dan bantuan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Disadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan hati yang terbuka akan menerima kritikan dan saran dari pembaca. Akhir kata, semoga skripsi yang telah disusun ini dapat menambah pengetahuan dan memberikan manfaat bagi para pembaca sekalian.

Kupang, Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|------------------------------------|----------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| LEMBAR PERSETUJUAN..... | iii |
| MOTTO DANPERSEMBAHAN..... | iv |
| ABSTRAK | v |
| KATA PENANGTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Masalah Penelitian | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Manfaat Penulisan..... | 7 |
| BAB II TINJAUAN TEORI | 8 |
| A. Konsep Pemasaran | 8 |
| B. Keputusan Pembelian..... | 11 |
| C. Promosi. | 18 |
| D. Segmentasi Pasar | 23 |
| E. Penelitian Terdahulu | 27 |
| F. Kerangka Konseptual | 29 |

| | |
|--|-----------|
| G. Hipotesis Penelitian | 31 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 32 |
| A. Tempat dan Waktu Penelitian | 32 |
| B. Populasi dan Sampel | 32 |
| C. Jenis Data | 33 |
| D. Teknik Pengambilan Data | 34 |
| E. Variabel Penelitian, Defenisi Operasional, Indikator, dan Skala Pengukuran..... | 35 |
| F. Metode Analisis Data | 35 |
| G. Diagram Jalur | 41 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 43 |
| A. Karakteristik Responden | 43 |
| B. Analisis Statistik Deskriptif..... | 47 |
| C. Analisis Statistik Inferensial..... | 50 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian | 61 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 64 |
| A. Kesimpulan | 64 |
| B. Saran..... | 65 |
| DAFTAR PUSTAKA | 66 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|----------------|
| Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor Honda Scoopy Di PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang | 4 |
| Tabel 1.2 Target penjualan tahun 2020 berdasarkan umur pembeli Pada PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang | 5 |
| Tabel 1.3 <i>Research Gap</i> | 5 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 28 |
| Tabel 3.1 Skala Likert | 34 |
| Table 3.2 Tabel Definisi Operasional Variabel | 35 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 43 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 44 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan | 45 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan jumlah Pendapatan | 46 |
| Tabel 4.6 Deskripsi variabel promosi melalui media sosial | 47 |
| Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Segmentasi Pasar | 48 |
| Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian..... | 49 |
| Table 4.9 Hasil Analisis Outer Loadings (Measurement Model) Outer Model 1 | 52 |
| Tabel 4.10 Analisis Jalur PLS Untuk Melihat Outer Model (Re-Convergen Validity) Outer Model 2 | 54 |
| Tabel 4.11 Nilai Average Variance Extracted | 55 |
| Tabel 4.12 Discriminant Validity Cross Loadings..... | 56 |
| Tabel 4.13 Nilai Composite Reliability | 57 |
| Tabel 4.14 Nilai Cronbach Alpha | 58 |
| Tabel 4.15 Nilai R-Square..... | 58 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.16 Hasil Uji Signifikansi Tabel Path Coefficient..... | 60 |
|---|----|

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|----------------|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran | 30 |
| Gambar 3.1 Diagram Jalur | 42 |
| Gambar 4.1 Analisis Jalur PLS Untuk Melihat Outer Model Convergen Validity (Outer Model 1) | 51 |
| Gambar 4.2 Analisis Jalur PLS untuk melihat Outer Model ReConvergen Validity (Outer Model 2) | 53 |
| Gambar 4.3 Hasil Uji Inner Model, Hasil Uji Boothstrapping | 59 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|----------------|
| Lampiran 1 Kuisisioner | 69 |
| Lampiran 2 Deskriptif Variabel Promosi Melalui Media Sosial (X1)..... | 78 |
| Lampiran 3 Deskriptif variabel Segmentasi Pasar (X2) | 80 |
| Lampiran 4 Hasil Analisis deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 82 |
| Lampiran 5 <i>Outer Model</i> 1..... | 84 |
| Lampiran 6 <i>Outer Loading</i> 1..... | 85 |
| Lampiran 7 <i>Deskriptif Outer Model</i> 2..... | 86 |
| Lampiran 8 Deskriptif loading 2 | 87 |
| Lampiran 9 <i>Discriminant Validity</i> | 88 |
| Lampiran 10 <i>Avarage Variance Extracted, realibility, and cronbach Alpha</i> .. | 89 |
| Lampiran 11 <i>Path coefficient</i> | 90 |
| Lampiran 12 Surat Izin Penelitian..... | 91 |
| Lampiran 13 Surat keterangan Selesai Penelitian..... | 92 |
| Lampiran 14 Dokumentasi..... | 93 |