

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN STP (*SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING*) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ACARA PAMERUN 2020



SKRIPSI

**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidiksn Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

**Nama : RIKA CAROLINA
NPM : 061940612985**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA PALEMBANG
2021**

**PENGARUH STRATEGI MARKETING STP (SEGMENTING,
TARGETING, POSITIONING) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA ACARA PAMERUN 2020**



SKRIPSI

**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

Nama : Rika Carolina
NPM : 0619 4061 2985

Menyetujui,

Palembang, Juni 2021
Pembimbing II,

Pembimbing I,

Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE
NIP. 197705212006042001

Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si
NIP.197301312001121002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,

Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP.197602222002121001

**Ketua Program Studi
Usaha Perjalanan Wisata,**

Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si
NIP.198602262015042003

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rika Carolina
NPM : 06194061285
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Pemasaran STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) terhadap Kepuasan Konsumen pada Acara PameRUN 2020

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil dari karya saya sendiri dengan seluruh ide, materi-materi, dan pendapat yang saya buat ditambah dari sumber yang telah saya kutip dengan penulisan refrensi yang sesuai.

Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bertanggung jawab sekaligus menerima konsekuensi berdasarkan sanksi dan aturan yang berlaku pada tata tertib di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.

Palembang, 25 Juli 2021

Penulis



Rika Carolina

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN


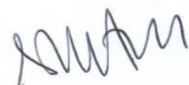
Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rika Carolina
NPM : 061940612985
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Pemasaran STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) terhadap Kepuasan Konsumen acara PameRUN 2020

Telah dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji Ujian Skripsi
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari : Rabu
Tanggal : 28 Juli 2021

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dra. Esya Alhadi, M.M		
2.	Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.E.c., CHE.		

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Every Failure is a step to success.”

(William Whewell)

“You are not just a flesh, you are a diamond, every human is unique and excellent, keep exploring your self’s potential or you will merely be a flesh. Stop complaining, start exploring!”

(Rika Carolina)

Saya persembahkan kepada :

- ✓ Ayah dan Ibu
- ✓ *My Self*
- ✓ Teman seperjuangan 4 BPC
- ✓ Almamater Politeknik Negeri
Sriwijaya

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT karena dengan rahmatnyalah penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sesuai dengan harapan dan tepat waktu. Adapun judul dari Skripsi ini adalah **“Pengaruh Strategi Pemasaran STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) terhadap Kepuasan Konsumen pada Acara PameRUN 2020”**.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, dan memberi dukungan moril, semangat serta pengarahan kepada penulis. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan trimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Heri Setiawan, S.E., MAB selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
3. Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE selaku Pembimbing I yang telah membantu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si selaku Pembimbing II yang telah membantu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Politeknik Pariwisata Palembang terkhusus bapak Dr. Zulkifli Harahap M.M.Par.,CHE selaku direktur Poltekpar Palembang yang telah memberi kesempatan untuk saya menjadi salah satu penerima beasiswa program alih jenjang di kampus ini serta yang sudah memberi saya kesempatan untuk melakukan penelitian pada salah satu acara yang telah dilakukan mahasiswanya.

7. Segenap dosen dan seluruh civitas akademika Politeknik Negeri Sriwijaya yang membantu memberikan dukungan, motivasi, dan ilmu kepada penulis yang menunjang dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam membantu pengisian kuesioner selama penelitian berlangsung.
9. Ayah dan Ibu saya, saudari-saudari saya, Indri Gisella dan Rizki Adelia beserta seluruh keluarga saya lainnya yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan baik moril maupun materi, serta selalu memberi doa restunya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
10. Diriku sendiri yang sudah sangat kuat dan tidak pernah menyerah menghadapi dunia
11. Indah Ayu Lestari dan Chatya Kurnia Ramadiyanti Putri atas selalu membantu, memberi dukungan yang sangat baik dalam menjalani pertemanan dan menyelesaikan skripsi ini
12. Serta seluruh teman-teman angkatan kelas alih jenjang 4 BPC Usaha Perjalanan Wisata Administrasi Bisnis.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapatkan pahala dan bernilai amal jariah dihadapan Allah SWT. Akhir kata, semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi kita semua. Aamiin Allahumma Aamiin.

Palembang, Juli 2021

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penelitian ini dimaksudkan guna memenuhi syarat lulus Strata 1 pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya.

Skripsi ini berisi tentang Pengaruh Strategi Pemasaran STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) terhadap Kepuasan Konsumen pada acara PameRUN 2020. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini disusun berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan secara *purposive sampling* kepada 88 responden. Responden dalam penelitian ini adalah peserta yang telah mengikuti acara mulai dari *pre-event* hingga *post-event*. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Strategi Pemasaran STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) terhadap Kepuasan Konsumen pada acara PameRUN 2020.

Pengerjaan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang membantu. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberikan bantuan yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, sehingga penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari para pembaca agar dapat menjadi pembelajaran bagi penulis di masa yang akan datang.

Palembang, Juli 2021

Penulis

ABSTRAK

Nama : Rika Carolina
Judul : Pengaruh Strategi Pemasaran STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) terhadap Kepuasan Konsumen pada Acara PameRUN 2020
Halaman : 151 Halaman

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran jenis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) terhadap kepuasan konsumen pada acara PameRUN 2020. Jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini sebanyak 88 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dan kuesioner, dalam pengolahan datanya menggunakan alat bantu statistik SPSS versi 22.0 (*Statistic Product and Service Solution*) dengan analisis Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, nilai *R square* sebesar 64,2% yang berarti kepuasan konsumen dipengaruhi oleh ketiga variabel independent yaitu *segmenting, targeting* dan *positioning*, adapun sisanya 35,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil uji t bahwa variabel *segmenting, targeting* dan *positioning* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, serta hasil analisis juga menyatakan bahwa ketiga variabel secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : *Segmenting, Targeting, Positioning, Kepuasan Konsumen, Acara*

ABSTRACT

Name : Rika Carolina

Title : *The Influence of STP Marketing Strategy (Segmenting, Targeting, Positioning) on Consumer Satisfaction at PameRUN 2020 Event*

Pages : 151 Pages

The purpose of this study was to determine the effect of STP (Segmenting, Targeting, Positioning) marketing strategy on consumer satisfaction at PameRUN 2020. The number of samples taken in this study were 88 respondents. The data was collected using interview and questionnaire methods, the data process is using statistical tool SPSS version 22.0 (Statistic Product and Service Solution) with Multiple Linear Regression analysis. Based on the research results obtained, the value of R square is 64.2%, which means that consumer satisfaction is influenced by these three independent variables, namely segmenting, targeting and positioning, while the remaining 35.8% was influenced by unidentified variables. Based on the results of the t-test that segmenting, targeting and positioning variables have significant and positive effect on consumer satisfaction, and the results of the analysis also state that the three variables simultaneously have a positive influence on customer satisfaction.

Keywords : *Segmenting, Targeting, Positioning, Customer Satisfaction, Event*

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Batasan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.6 Sistematika Penulisan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II LANDASAN TEORI	Error! Bookmark not defined.
2.1 Tinjauan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pengertian Strategi	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Definisi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Pemasara Pariwisata.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Strategi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Starategi Pemasaran STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	Error! Bookmark not defined.

2.1.6 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.7 Kualitas Pelayanan.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.8 Kualitas Produk.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.9 Dimensi Emosional.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.10 <i>Event</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.11 <i>Special Event</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Jenis Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel ..	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Skala Pengukuran.....	Error! Bookmark not defined.
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.7 Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.8 Teknik Pengujian Instrumen	Error! Bookmark not defined.
3.8.1 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.8.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.9 Koefesien Determinasi (R^2)	Error! Bookmark not defined.
3.10 Analisis Regersi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
3.11 Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
3.11.1 Uji F (Simultan)	Error! Bookmark not defined.
3.11.2 Uji t (Parsial).....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN....	Error! Bookmark not defined.

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2	Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia...	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Responden Berdasarkan Agama	Error! Bookmark not defined.
4.2.4	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	Error! Bookmark not defined.
4.2.5	Responden Berdasarkan Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Variabel <i>Segmenting</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Variabel <i>Targeting</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Variabel <i>Positioning</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.4	Variabel Kepuasan Konsumen.	Error! Bookmark not defined.
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Uji Reabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.3	Analisis Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.5	Uji Koefesien Determinasi (R^2)	Error! Bookmark not defined.
4.6	Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.1	Uji t (parsial)	Error! Bookmark not defined.
4.6.2	Uji F (simultan).....	Error! Bookmark not defined.
4.7	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.1	Penerapan Strategi Pemasaran <i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> pada Acara PameRUN 2020	Error! Bookmark not defined.
4.7.2	Kepuasan Konsumen Dilihat dari Dimensi Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Emosional	Error! Bookmark not defined.

4.7.3 Pengaruh Strategi Pemasaran STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*) terhadap Kepuasan Konsumen **Error! Bookmark not defined.**

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN **Error! Bookmark not defined.**

5.1 Kesimpulan **Error! Bookmark not defined.**

5.2 Saran..... **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA **Error! Bookmark not defined.**

LAMPIRAN..... **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data jumlah Peserta <i>Event</i>	4
Tabel 2.1 Keterkaitan Strategi Permasaran	14
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Nilai Skala Likert	28
Tabel 3.2 Matriks Operasional Variabel	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	38
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.6 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X1.1	40
Tabel 4.7 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X1.2	41
Tabel 4.8 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X1.3	41
Tabel 4.9 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X1.4	41
Tabel 4.10 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X1.5	42
Tabel 4.11 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X1.6	42

Tabel 4.12 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X2.1	43
Tabel 4.13 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X2.2	43
Tabel 4.14 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X2.3	44
Tabel 4.15 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X2.4	44
Tabel 4.16 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X2.5	45
Tabel 4.17 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X2.6	45
Tabel 4.18 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X3.1	46
Tabel 4.19 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X3.2	46
Tabel 4.20 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X3.3	47
Tabel 4.21 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X3.4	47
Tabel 4.22 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X3.5	48
Tabel 4.23 Rekapitulasi Tanggapan Indikator X3.6	48
Tabel 4.24 Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	49
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Instrumen	51
Tabel 4.26 Hasil Uji Reabilitas	53
Tabel 4.27 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4.28 Koefisien Determinasi R^2	55
Tabel 4.29 Uji t	56
Tabel 4.30 Uji F	57
Tabel 4.31 Data Jumlah Nilai Variabel <i>Independent</i>	58
Tabel 4.32 Data Jumlah Nilai Variabel <i>Dependent</i>	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	23
Gambar 3.2 Skala Rentang	31
Gambar 4.1 Dokumentasi Acara	36
Gambar 4.2 Dokumentasi Acara	36
Gambar 4.3 Dokumentasi Acara	36
Gambar 4.4 Dokumentasi Acara	36
Gambar 4.5 Dokumentasi Acara	36
Gambar 4.6 Dokumentasi Acara	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Kesepakatan Bimbingan I	70
Lampiran 2 Surat Kesepakatan Bimbingan II	71
Lampiran 3 Surat Permohonan Pengajuan Lokasi Penelitian	72
Lampiran 4 Surat Balasan Lokasi Penelitian	73
Lampiran 5 Form Bimbingan I	74
Lampiran 6 Form Bimbingan II	77
Lampiran 7 Lembar Persetujuan Proposal	79
Lampiran 8 Lembar Revisi Proposal	80
Lampiran 9 Lembar Tanda Persetujuan Revisi Proposal	81
Lampiran 10 Lembar Kunjungan Tempat Penelitian	82
Lampiran 11 Lembar Tanda Persetujuan Revisi Skripsi	83
Lampiran 12 Lembar Revisi Skripsi	84
Lampiran 13 Lembar Pelaksanaan Revisi Skripsi	85
Lampiran 14 Lembar Persetujuan Skripsi	86
Lampiran 15 Pedoman Wawancara	87
Lampiran 16 Kuesioner Penelitian	89

Lampiran 17 Data Kesioner	95
Lampiran 18 Data Hasil Perhitungan SPSS	107
Lampiran 19 Ulasan Konsumen	132
Lampiran 20 Pelaksanaan Wawancara	135