

PENGARUH SEGMENTASI PSIKOGRAFI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH
J.CO DONUTS AND COFFEE SEBAGAI TEMPAT BERKUMPUL DI KOTA
PALEMBANG



Skripsi Oleh:

WARDATUL JANNAH

01111001042

Manajemen

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Gelar Sarjana Ekonomi*

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
2015

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

PENGARUH SEGMENTASI PSIKOGRAFI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH J.CO
DONUTS AND COFFEE SEBAGAI TEMPAT BERKUMPUL DI KOTA PALEMBANG

Disusun Oleh :

Nama : Wardatul Jannah
Nim : 01111001042
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Tanggal

: 16 Februari 2016

Dosen Pembimbing

Ketua


Drs. H.A. Nazaruddin, M.M

NIP. 195706131985031002

Tanggal

: 06 Februari 2016

anggota


Aslamia Rosa, S.E., M.Si

NIP. 197205292006042001

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH SEGMENTASI PSIKOGRAFI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH J.CO DONUTS AND
COFFEE SEBAGAI TEMPAT BERKUMPUL DI KOTA PALEMBANG

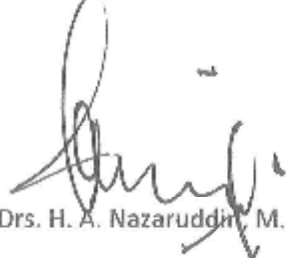
Disusun oleh :

Nama : Wardatul jannah
NIM : 01111001042
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Ekonomi Manajemen
Bidang Kajian/konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 16 maret 2016 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Palembang, Maret, 2016

Ketua



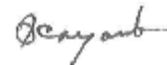
Drs. H. A. Nazaruddin, M.M
NIP. 195706131985031002

Anggota



Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP. 197205292006042001

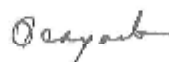
Anggota



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.
NIP. 195707141984031005

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Wardatul Jannah
NIM : 01111001042
Jurusan : Manajemen
BidangKajian : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul: **PENGARUH SEGMENTASI PSIKOGRAFI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH J.CO DONUTS AND COFFEE SEBAGAI TEMPAT BERKUMPUL DI KOTA PALEMBANG**

Pembimbing

Ketua : Drs. H.A. Nazaruddin, M.M

Anggota : Aslamia Rosa, S.E, M.Si

Tanggal Ujian : 16 Maret 2016

adalah benar hasil karya Saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Inderalaya, Maret 2016

Pembuat Pernyataan,

Wardatul jannah
NIM 01111001042

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul Pengaruh Segmentasi Psikografi Terhadap Keputusan Memilih J.Co Donuts And Coffee Sebagai Tempat Berkumpul Di Kota Palembang , skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas Mengenai Pengaruh Segmentasi Psikografi Terhadap Keputusan Memilih J.Co Donuts And Coffee Sebagai Tempat Berkumpul Di Kota Palembang, selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. H. A. Nazaruddin, M.M dan ibu Aslamia Rosa, S.E.M.Si sebagai dosen pembimbing saya yang telah mengorbankan waktu, tenaga , pikiran untuk membimbing saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A. Sebagai Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Welly Nailis, SE,MM. sebagai Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Para dosen penguji yang telah membantu memberikan kritik dan saran
5. Kedua orang tuaku tercinta yang telah mencurahkan kasih sayangnya, cintanya dan perhatiannya yang tiada habisnya kepada saya , yang selalu menguatkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Indralaya, maret 2016

penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Allah SWT atas Rahmat dan Karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **Pengaruh Segmentasi Psikografi Terhadap Keputusan Memilih J.co Donuts and Coffee Sebagai Tempat Berkumpul di Kota Palembang**. Penulis menyadari bahwa selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Namun Kesalahan dan berbagai kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT, terima kasih atas segala rahmat, karunia, ridho, kesehatan, rezeki, dan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE, selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. H. Taufik Marwa, S.E, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Welly Nailis, S.E, M.M, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Drs. H. A. Nazaruddin, M.M, dan ibu Aslamia Rosa,S.E,M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dan kritik dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak Drs. H. Ahmad Widad, M.SC selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan nasehat dalam mengikuti dan menjalankan perkuliahan.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, terima kasih atas ilmu-ilmu dan pengalaman-pengalaman yang telah diberikan selama ini. Serta staf dan pegawai Universitas Sriwijaya terima kasih atas bantuannya selama ini.
9. Kedua orang tuaku yang tercinta dan tersayang, H. SAMAN DAN HJ. AMNA, terima kasih atas segala rasa cinta kasih sayang, dukungan, semangat, motivasi, nasehat, waktu, pengorbanan, materi, dan doa-doa yang tak hentinya untuk kesuksesan dan keberhasilanku selama ini.
10. Kakak-kakak ku desi widia wati, yuli selviana, dan devi anggraini tersayang yang juga telah memberikan semangat untuk menyelesaikan pendidikan ku ini
11. Orang yang istimewa dan selalu menemani, membantu, memberi semangat, nasehat, dukungan, dan kesabarannya, welly jondari nugraha
12. Teman teman seperjuangan yang selalu membantu dan memberi semangat yaitu puput maretha, fitry lestari, yasinta rusti ambarwati, rafita sari, dan murni, kalian yang terbaik

Indralaya, maret 2016

Penulis

ABSTRAK

Pengaruh Segmentasi Psikografi Terhadap Keputusan Memilih J.Co Donuts And Coffee Sebagai Tempat Berkumpul Di Kota Palembang

Oleh:

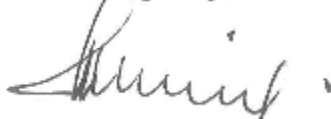
Wardatul Jannah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Kegiatan, Minat dan Opini (AIO) terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan model regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung jco donuts and coffee di Palembang. Jumlah responden dalam penelitian ini memiliki sampel 100. Variabel aktivitas, dan minat tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian jco donuts and coffee dan menunjukkan bahwa variabel opini memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pembelian jco donuts and coffee. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa aktivitas, minat dan pendapat mereka semua memiliki efek pada keputusan pembelian berdasarkan uji f simultan. Dari nilai R square menunjukkan adanya pengaruh yang kuat antara Kegiatan, Minat dan Opini (AIO) pada pembelian variabel keputusan. Dukungan hasilnya dengan teori pendapat yang dikatakan oleh Kotler dan Armstrong tentang Kegiatan, Minat dan Opini (AIO) terhadap keputusan pembelian. Dan hipotesis kesimpulan dalam penelitian ini dapat diterima.

Kata Kunci: Aktivitas, Minat dan Opini (AIO) Pembelian Keputusan

Mengetahui,

Pembimbing skripsi I



Drs. H. A. Nazaruddin, M.M

NIP:195706131985031002

Mengetahui,

Pembimbing skripsi II



Aslamia Rosa, S.E., M.Si

NIP: 197205292006042001

Mengetahui,

Ketua jurusan



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.

NIP: 195707141984031005

Abstract

The Influence of Segmentation Psikografis Purchasing Decisions in JCO Donuts and Coffee for a Gathering in Palembang

By: WardatulJannah; Drs. H.A. Nazaruddin, M.M; Aslamia Rosa, S.E, M.Si

This research discusses about impact of Activity, Interests and Opinions (AIO), on purchasing decisions using multiple regression model. The population in this study is the customers of JCO donuts and coffee in Palembang, and using 100 respondents The result this research indicates that the Variable Activities, and Interests do not have a partial effect on purchase decisions The variables have the Opinion that the most dominant influence on purchasing decisions. Activities, Interests and Opinions they all have effect on purchasing decisions, and from R square indicates a strong influence Activities, Interests and Opinions (AIO) on the purchase decision variables. The results support theory by Kotler and Armstrong which said that AIO has influence on purchase decisions, and the conclusion of this research hypothesis acceptable.

Key Words: Activity, interest and Opinion (AIO) , purchasing decision, and JCO Donuts and Coffee.

*Acknowledged by,
Advisor I*



Drs. H. A. Nazaruddin, M.M

NIP:195706131985031002

Advisor II



AslamiaRosa, S.E, M.Si

NIP: 197205292006042001

Chairman



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.

NIP: 195707141984031005

RIWAYAT HIDUP

Nama : WARDATUL JANNAH

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/ Tanggal Lahir : Lubuklinggau/18 oktober 1993

Agama : Islam

Status : Belum Kawin

Alamat Rumah (Orang Tua) : Jl. Puskesmas taba RT 004, Lubuklinggau

Alamat Email : wardatuljannah1093@gmail.com

Pendidikan Formal:

Sekolah Dasar : SDN 33 Lubuklinggau

SLTP : SMPN 5 Lubuklinggau

SMU : SMA Yadika Lubuklinggau

Pendidikan Non Formal : -

Pengalaman Organisasi : -

Penghargaan Prestasi : -

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ setiap individu mempunyai bakat untuk menjadi orang sukses, dan saya selalu percaya itu”.

“jadilah orang yang rajin sebelum menyesali kemalasan yang membuat kita melewatkan kesempatan-kesempatan emas”

“tidak ada yang sia-sia dalam belajar karena ilmu akan selalu bermanfaat pada waktunya”

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

Orang Tua, Saudari-saudariku,

Dan keluarga besarku

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
PERNYATAAN KEABSAHAN ABSTRAK	xi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1. Latar Belakang.....	2
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. MANFAAT PENELITIAN.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	10
2.1.2. Segmentasi.....	12
2.1.3 Manfaat Segmentasi Positioning.....	12

2.1.4 Dasar Segmentasi Pasar.....	13
2.1.5 Psikografi.....	16
2.1.6. Dimensi Gaya Hidup.....	18
2.1.7. A.I.O (Activities, Interest, Opinion).....	20
2.1.8. Keputusan Pembelian.....	21
2.1.9. Kafe.....	24
2.2. Penelitian Terdahulu.....	24
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
2.4. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	31
3.2. Rancangan Penelitian.....	31
3.3. Jenis Dan Sumber Data.....	31
3.3.1. Jenis Data.....	31
3.3.2. Sumber Data.....	32
3.3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4. Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.4.1. Populasi.....	32
3.4.2. Sampel.....	33
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.5. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	34
3.5.1. Identifikasi variabel penelitian.....	34
3.5.2. Definisi Operasional Variabel.....	35
3.5.3. Pengukuran Variabel Penelitian.....	37
3.6. Instrumen Penelitian.....	38
3.7. Uji Instrumen.....	38
3.8. Analisis Descriptive.....	41
3.9. Pengujian Hipotesis.....	41
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Uji Instrumen.....	44
4.1.1. Uji Validitas.....	45
4.1.2. Uji Reliabilitas.....	47

4.2. Analisis Frekuensi Dan Analisis Deskriptif.....	48
4.2.1. Analisis Frekuensi.....	48
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Utama.....	56
4.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.4. Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	62
4.5 Hasil Uji F Test.....	63
4.5 Hasil Uji T Test.....	64
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian Secara Keseluruhan.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Saat ini Indonesia tengah mengalami situasi yang positif, terutama dari sisi pertumbuhan ekonomi yang meningkat, jumlah penduduk yang besar dan pertumbuhan bisnis yang meningkat (<http://www.sindoweekly-magz.com>).

Pertumbuhan ini pula yang mampu mendorong para pengusaha untuk mengembangkan usahanya agar tetap selalu dilirik dan dikonsumsi oleh konsumennya. Berbagai variasi bisnis yang dilakukan oleh pengusaha sangat beragam dan sangat menarik untuk dicoba oleh para konsumennya. Para Pengusaha inipun tidak hanya membuka satu atau dua bisnis saja. Hal ini mereka lakukan untuk menghadapi persaingan yang makin intensif. Berubahnya pola hidup masyarakat yang menjadi semakin konsumtif, maka para pengusaha selalu berusaha untuk menciptakan inovasi-inovasi baru agar tetap bisa menarik para konsumennya.

Kebutuhan konsumen pada saat ini tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya saja, seperti makan, pakaian dan kebutuhan dasar lain. Namun, kebutuhan konsumen cenderung sudah mengarah pada gaya hidup yang selanjutnya akan menentukan pilihan-pilihan terhadap suatu barang dan jasa kemudian akan menjadikan seseorang berubah menjadi pribadi yang konsumtif, seperti yang diungkapkan oleh Pratiwi (2013).

Prilaku konsumtif merupakan bagian dari psikografi (gaya hidup). Psikografi merupakan suatu konsep yang terkait dengan gaya hidup, Psikografi merupakan variabel yang digunakan untuk mengukur gaya hidup yang memberikan pengukuran kuantitatif dan bisa dipakai untuk menganalisis data yang sangat besar, Bahkan sering kali istilah psikografi dan gaya hidup digunakan secara bergantian, seperti yang di ungkapkan oleh Engel, Blackwell dan Miniard (1995), Gaya hidup didefinisikan sebagai pola dimana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya. Gaya hidup seringkali digambarkan dengan kegiatan, minat, dan opini dari seseorang .

Gaya hidup biasanya tidak permanen dan cepat berubah, Selera seseorang akan berubah karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya, Sebagaimana yang diungkapkan oleh Kotler (2005), bahwa gaya hidup adalah pola seseorang di dunia yang diekspresikan dalam Aktivitas, Minat dan Opinions. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Suatu produk yang berbeda dapat dilihat dari segi bentuk dan fungsi produk tersebut. Dengan adanya produk-produk yang lebih berkualitas dan bermanfaat sesuai dengan perkembangan yang ada sehingga menarik minat konsumen untuk membelinya. Dalam hal ini, aktivitas, minat dan opini merupakan penentu prioritas gaya hidup yang diinginkan oleh seseorang dan mempengaruhi perilaku pembelian yang ada dalam dirinya, selanjutnya akan mempengaruhi atau bahkan mengubah gaya hidup individu tersebut, misalnya mengganti merek pakaian sesuai dengan perubahan pada hidup orang tersebut.

Konsumen pada saat ini tidak hanya melihat suatu produk atau jasa dari sisi manfaatnya saja tetapi konsumen juga melihat dari sisi inovasi dan kreatifitas yang ditawarkan oleh para pengusaha, adanya tantangan dan peluang serta adanya kebutuhan konsumen, perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan menawarkan yang terbaik untuk para konsumennya.

Fenomena berkumpul serta bersosialisasi di tempat-tempat tertentu telah menjadi hal yang biasa pada masyarakat. Mereka cenderung memilih tempat yang nyaman dan menjadikan tempat yang mereka pilih itu menjadi tempat favorit untuk selalu mereka kunjungi. Khususnya di Palembang. Saat ini trend berkumpul dan menghabiskan waktu luang bersama rekan kerja, Sahabat, Keluarga ataupun Pacar di cafe atau restoran sudah menjadi hal yang biasa. Mulai dari yang sudah bekerja sampai yang masih kuliah bahkan anak SMA pada saat ini cenderung menyukai berkumpul bersama teman-temannya. Keadaan ini tentu saja memiliki peluang yang sangat besar bagi para pengusaha yang harus dimanfaatkan dengan baik. Berkumpul merupakan kegiatan yang sering dilakukan masyarakat yang tidak hanya sekedar makan di suatu tempat tetapi juga bisa mengisi dan menghabiskan waktu dengan berkumpul dengan teman-teman. Kegiatan ini bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja. Contohnya saja masyarakat melakukan kegiatan ini di sebuah kafe yang menurut mereka nyaman untuk dijadikan tempat berkumpul.

Kafe di Indonesia dapat diartikan sebagai tempat yang sederhana tetapi cukup menarik untuk dikunjungi oleh masyarakat dan menyediakan makanan ringan (<http://id.wikipedia.org/wiki/Kafe>). Masyarakat kota Palembang juga sudah

mulai menyukai kegiatan berkumpul ini. Telah banyak kafe atau tempat berkumpul yang telah dibuka di kota Palembang untuk masyarakat yang berusia 17 sampai 45 tahun.

Tabel 1.1. Daftar Kafe Yang Ada di Kota Palembang

Nama kafe	Alamat	Produk yang dijual
1. J.CO Donuts and Coffee	<ul style="list-style-type: none"> - Atrium Palembang Indah mall Lt. 1 - Palembang Icon Lt. 1 - Giant ExtraMangkunegara - dermaga point palembang (BKB) Ampera - Opi Mall Lt. 1 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Donuts 2. Yougurt 3. Coffee 4. coklat
2. Dunkin Donuts and Coffee Jalan Demang Lebar Daun	Demang Lebar Daun	<ul style="list-style-type: none"> 1. Donuts 2. Coffee 3. Ice 4. Juice
3. Exelso	Atrium Palembang Indah mall Lt. 1	<ul style="list-style-type: none"> 1. coffee 2. Tea
4. Starbucks Coffee	Atrium Palembang Indah mall Lt. 1	<ul style="list-style-type: none"> 1. coffee 2. Tea 3. Cake

Sumber: <http://id.wikipedia.org/>

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa cabang terbanyak yang dibuka adalah *J.CO Donuts and Coffee*. *J.CO Donuts and Coffee* adalah restoran waralaba yang mengkhususkan dalam donat, yoghurt beku dan kopi. Perusahaan didirikan dan dimiliki oleh Johnny Andrean Group. *J.CO Donuts and Coffee* berbeda dari produk donat lain ditanah air karena diposisikan sebagai produk *lifestyle* dan disasarkan untuk konsumen menengah keatas dengan gaya hidup dinamis, muda dan modern. Untuk menggarap segmen pasar ini, J.CO membuat donat yang tidak mengenyangkan, lebih tipis dan teksturnya lebih lembut, bisa dimakan kapan saja dan dimana saja. Donat yang ada

dipasar sebelumnya, porsinya cenderung lebih besar dan mengenyangkan. Sementara J.CO, dari bentuk dan ukurannya lebih cocok disebut cemilan atau makanan selingan pengantar makan besar. Dari sisi harga J.CO cukup kompetitif. J.CO memakai strategi *experiential marketing* lewat konsep *open kitchen*-nya. *Experiential marketing* adalah suatu aktivitas untuk melakukan antisipasi, pengelolaan dan pencapaian kepuasan konsumen melalui pertukaran (<http://id.wikipedia.org/>), Strategi *open kitchen* ini untuk menunjukkan secara langsung kepada konsumen bahwa produk yang dijual benar-benar *fresh from the oven*.

J.CO merupakan salah satu tempat berkumpul pilihan masyarakat yang ada di kota Palembang, tempat berkumpul bagi para anak muda dan orang-orang yang umurnya berusia antara 17 sampai 45 tahun ini, sudah banyak pelanggannya terbukti dengan banyaknya cabang yang telah dibuka di berbagai tempat. J.CO juga tidak hanya menawarkan produk donat dan kopi saja, tetapi juga menawarkan produk yang berbeda yaitu *yoghurt* yang dinamakan J.COOL. Banyaknya berbagai macam produk yang ditawarkan tak heran J.CO menjadi pilihan masyarakat untuk dijadikan tempat berkumpul. J.CO Donuts memang bukan pelopor di usaha cafe dengan menu utama di tanah air, terlebih dulu sudah ada *Dunkin Donuts*, akan tetapi sejak mengisi pasar pertengahan tahun 2005 J.CO dengan cepat menjadi populer dan mengalahkan *Dunkin Donuts* dengan mencetak penjualan tinggi sepanjang tahun. Pada tahun pertama pengoperasiannya, J.CO Donuts and Coffee di berikan penghargaan "*marketing award*" sebagai merek dengan produk inovasi terbaik. Setelah penghargaan ini, J.CO memenangkan "*Best donuts 2006*" di majalah *free* pada akhir

tahun 2006. Pada tahun 2008, J.CO Donuts and Coffee mendapat penghargaan yaitu “*The Integrated Marketing Strategy Champion 2008*” Di majalah bisnis SWA dan Markplus & Co. Penghargaan lain yang diterima J.CO Dounts and Coffee adalah Cakram Award 2008 untuk kategori *Breakthrough Campaign* di food & Beverage.

Dari pemaparan di atas penulis ingin melihat seberapa besar pengaruh segmentasi psikografi terhadap keputusan pemilihan J.CO Donuts and Coffee sebagai tempat berkumpul dan faktor- faktor apa saja yang paling dominan sehingga menyebabkan orang-orang lebih memilih J.CO sebagai tempat berkumpul. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Segmentasi Psikografi Terhadap Keputusan Memilih J.CO Donuts and Coffee Sebagai Tempat Berkumpul di Kota Palembang”**

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada latar belakang masalah diatas, maka pokok permasalahan yang akan dibahas oleh penulis adalah :

1. Seberapa besar pengaruh segmentasi psikografi terhadap keputusan pemilihan J.CO Donuts and Coffee sebagai tempat berkumpul?
2. Variabel manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi pembeli memilih J.CO Donuts and Coffee sebagai tempat berkumpul?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh segmentasi psikografis dalam memilih J.CO sebagai tempat berkumpul dibanding dengan tempat berkumpul lainnya.

2. Untuk mengetahui variabel yang lebih dominan mempengaruhi konsumen sehingga menjadikan J.CO sebagai tempat berkumpul.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Penulis berharap hasil penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi penulis tetapi juga dapat memberikan manfaat atau kegunaan bagi yang membaca. Manfaat dari hasil penelitian diharapkan berguna bagi:

a) Aspek teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi peneliti seterusnya di kemudian hari dalam pengembangan ilmu manajemen khususnya yang akan mengamati fenomena yang sama dan menjadi acuan dalam merumuskan dan mengasilkan temuan yang bisa mengatasi gejala yang ada.

b) Aspek praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan pertimbangan bagi produsen Jco Donuts And Coffee khususnya dalam kasus ini untuk lebih memahami perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian Jco Donuts And Coffee dan faktor apa saja yang mempengaruhinya untuk memperbaiki serta meningkatkan penjualan.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika merupakan gambaran singkat dan secara menyeluruh dari suatu karya ilmiah, dalam hal ini skripsi. Adapun gambaran lebih jelas mengenai skripsi ini akan diuraikan dalam sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan uraian yang berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Dalam telaah pustaka ini diuraikan landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, antara lain definisi dari segmentasi, targeting dan positioning, dasar segmentasi, manfaat segmentasi positioning, dasar segmentasi, segmentasi psikografi, definisi AIO, penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Bab ini menguraikan isi pokok dari penelitian yang berisi deskripsi objek penelitian, analisis data dan interpretasi atas hasil pengolahan data.

BAB V PENUTUP

Berisi simpulan dari hasil pembahasan penelitian dan saran-saran kepada pihak-pihak terkait mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chriesmaya, Eka. 2013. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Minimarket Alfamart Malang" : Universitas Brawijaya
- Churchil, Gilbert A. 2005. *Dasar-Dasar Riset Pemasaran, Jilid I, Edisi Keempat*. Penerbit : Erlangga, Jakarta
- Fatimah, Siti. 2013. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Coffeeshop Di Samarinda Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda": Samarinda Indonesia
- Gozali, imam.2006. *aplikasi analisis multivariat dengan program spss* cetakan ke IV. Universitas diponegoro semarang
- Jadalena, Bintang. 2013. "Pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian smartphome merek Samsung" : universitas negeri Surabaya
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen pemasaran* Jilid 1 Dan 2. Jakarta:PT.Indeks Kelompok Gramedia.
- Laila,Nurul.2008."Analisis Faktor Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Produk Daging Sapi OlahanDalam Kemasan Berlabel Halal Di Hypermart Malang Town Square),*skripsi*,Universitas Islam Negeri (UIN) Malang
- Lalitamanik Ratih, Apriyanti."Pengaruh *Activity, Interest, Opinion* (AIO)dan Persepsi harga terhadap keputusan menonton film di bioskop E-Plaza Semarang
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. *Prilaku konsumen*, edisi revisi: Refika, Jakarta
- Marjori wall. Lois.E. Dickey And W. Wayne Talarzky. 1978. "Correlate Of Satisfaction And Dissatisfaction With Clothing Performance"
- Moven, Jhon C. 2002. *Prilaku konsumen (consumer behavior)* jilid I.
Penerbit: Erlangga, Jakarta
- Nugroho, adi. 2002. *Perilaku konsumen, cetakan pertama*. Penerbit: Studia press, Jakarta
- Octavia, Ade. 2009. "Gaya Hidup Dan Perilaku Pembelian Emas Putih Di Kota Jambi life style and purchasing behavior of white gold in jambi city"
- Ping Tao, Sheng.2006. Life style and consumers in Taiwan and united states
- Plummer, Joseph (1974). " The concepts and application of lifestyle segmentation" journal of marketing vol 38. Januari : 33-37

Pratiwi, Swasti Dian. 2013. Pengaruh Dimensi Activity, Interest, Dan Opinion (AIO) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Busana Muslim Shafira Di Samarinda.

Rangkuti, fredy. 2005. Riset pemasaran, cetakan keenam. PT Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.

Sari, Listyorini. 2013. Analisis Faktor-Faktor Gaya Hidup Dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Rumah Sehat Sederhana : Universitas Brawijaya

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Penerbit : Alfabeta.

Sujarweni, Wiratna. 2014. *Spss untuk penelitian*. Yogyakarta. Penerbit:pustaka baru press.

Sutojo, Siswanto & Kleinsteuber, F. 2002. *Strategi Manajemen Pemasaran*, Seri Manajemen No.6. PT damar Mulia Pustaka, Jakarta

Swastha, Bashu D & Irawan, A. 2007. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi pertama, Cetakan Ketiga. BPFE, Jakarta.

Terry, George R & Rue, Lisliw. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen*, Cetakan Kesepuluh. PT Bumi Aksara, Jakarta

Sekaran,Uma. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta. Salemba Empat

Uden.2010. "Pengaruh Pendapat Minat, Dan Aktivitas Terhadap Keputusan Pembelian Rokok "A-Mild.*Skripsi* , UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Utami,Herlin Putri.2008." Perilaku Konsumtif Pada Sales Promotion Girl (SPG) Di Tinjau Dari Gaya Hidup Hedonis",*skripsi*, Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegija Pranata, Semarang

Sumber Internet:

<http://merdifransisca.blogspot.co.id/>

<http://merdifransisca.blogspot.co.id/>

dennyputrprayoga.blogspot.co.id

<http://Wikipedia>.

Googleweblight.com/SWA.co.id