

**ANALISIS SEGMENTASI PASAR KEPEMILIKAN LOGAM MULIA  
BRISYARIAH iB DI BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH CABANG  
CITARUM BANDUNG**



**SKRIPSI**

Oleh:

**DIAN ANJAR WULAN**

**NIM: 20080730011**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
PRODI EKONOMI DAN PERBANKAN ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2012**

**ANALISIS SEGMENTASI PASAR KEPEMILIKAN LOGAM MULIA BRISYARIAH iB  
DI BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH CABANG CITARUM BANDUNG**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi Islam (S. E. I) stara Satu  
Pada Prodi Ekonomi dan Perbankan Islam  
Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Oleh:**

**DIAN ANJAR WULAN**

**NIM: 20080730011**

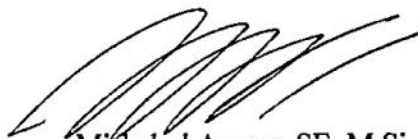
**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
PRODI EKONOMI DAN PERBANKAN ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2012**

## PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Analisis Segmentasi Pasar Kepemilikan Logam Mulia BRISyariah iB di Bank Rakyat Indonesia Cabang Citarum Bandung” ini telah disetujui oleh pembimbing untuk dimunaqasyahkan.

Yogyakarta, April 2012  
Pembimbing



Misbahul Anwar, SE, M.Si.

NIP: 143014

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI**

**ANALISIS SEGMENTASI PASAR KEPEMILIKAN LOGAM MULIA BRISYARIAH IB DI  
BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH CABANG CITARUM BANDUNG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **Dian Anjar Wulan**

NIM : 20080730011

Telah dimunaqasyahkan di depan Sidang Munaqasyah Prodi Ekonomi dan Perbankan Islam pada tanggal 03 Mei 2012 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima:

Sidang Dewan Ujian Skripsi

Ketua Sidang : Syarif As'ad, SE.I., MSI. (.....)

Pembimbing : Misbahul Anwar, SE., M.Si. (.....)

Penguji : Drs. Moh. Mas'udi, M.Ag. (.....)



Yogyakarta, 03 Mei 2012

Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dekan,



Dr. H. Nawari Ismail, M. Ag.

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dian Anjar Wulan

NIM : 20080730011

Program Studi : Ekonomi dan Perbankan Islam

Fakultas : Agama Islam

menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal ataupun dikutip dari karya yang diterbitkan maupun yang tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 04 Mei 2012

Yang membuat pernyataan,



Dian Anjar Wulan

## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, Sesungguhnya  
bersama kesulitan ada kemudahan

(Q. S. Al-Insyirah: 5 - 6)

*Untuk mencapai hal yang besar, Maka diperlukan usaha yang besar*

*(Penulis)*

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

*Ayahanda Oman Abdurrahman dan Ibunda Ayi I'ah,  
Adinda Taufik Abdurrahman dan M. Malik Addinurrahman,*

*Serta*

*Mahasiswa Program Studi Ekonomi dan Perbankan Islam*

Atas segala doa dan dukungan yang tidak terkira

*Dosen pembimbing skripsi Misbahul Anwar, SE, M.Si.*

atas segala bimbingan dan didikannya

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. Wb

Segala puji syukur kehadirati Allah selalu penulis panjatkan, karena berkat rahmat dan karunia-Nya skripsi yang berjudul “Analisis Segmentasi Pasar Kepemilikan Logam Mulia BRISyariah iB di Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Citarum Bandung” dapat terselesaikan. Tidak lupa pula shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dan kontribusi dari beberapa pihak selama ini. Maka, penulis ingin memberikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. H. Nawari Ismail, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Miftakhul Khasanah, STP, MSI. selaku Kepala Program Studi Ekonomi dan Perbankan Islam FAI Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Misbahul Anwar, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
4. Drs. Moh. Mas’udi, M.Ag. selaku dosen penguji skripsi atas masukan dan pembelajaran yang diberikan kepada penulis.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Ekonomi dan Perbankan Islam UMY yang telah memberikan pengetahuan dan pengarahan selama penulis menyusun skripsi ini.
6. Kedua orang tua dan adik-adik penulis yang tidak henti-hentinya memberikan doa dan semangat setiap saat.
7. Rozikan, Utami Sakinah, Annisa Marhamah, Dani Atmaja, Rissa Meitha Denoura, Rizwan Awaludin, Wasis kuatno, Fakhruddin rahmat yang selama ini menemani dan memberikan dukungan kepada penulis, *you are my best friend*.



8. Desriyati Nurwakhidah, Fitri Yuliani, Nuni Susilawati, Tatiana Gianti, Insyifani, Amalia dan Wahyu Fitriani walaupun singkat tapi persahabatan kita menyenangkan.
9. Muhammad Rosihan fatah yang selalu memberikan bantuan, semangat dan dukungan kepada penulis, semoga keinginan kita dapat tercapai, Amin.
10. Bapak Adi Santika, kang Iqbal Yopi dan Siti Komariah yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian di BRISyariah Cabang Citarum bandung.
11. Sahabat-sahabatku yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala kisah suka dan duka yang pernah kita lewati dan segala dukungannya.
12. Seluruh mahasiwa Program Studi Ekonomi dan Perbankan Islam, terutama angkatan 2008, semoga kita sukses bersama.
13. Semua pihak terkait yang tidak mampu penulis sebutkan satu- persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mohon kritik dan saran yang membangun agar penelitian selanjutnya bisa lebih baik. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak, Amin.

Wassalamualaikum wr wb.

Yogyakarta, 16 April 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
ABSTRAK .....	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
<b>BAB II TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN</b>	
A. Tujuan Penelitian .....	6
B. Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI</b>	
A. Kerangka Teori .....	8
1. Pengertian Pasar .....	8
2. Segmentasi Pasar .....	8
3. Tujuan Segmentasi .....	10
4. Tingkatan Segmentasi Pasar .....	10
5. Pola Segmentasi Pasar .....	11
6. Prosedur Segmentasi Pasar .....	12
7. Dasar-dasar Alternatif Segmentasi .....	13

8. Syarat-syarat Segmentasi yang Efektif .....	17
9. Penentuan Pasar Sasaran ( <i>Targeting</i> ) .....	18
10. <i>Positioning</i> .....	23
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	25
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b>	
A. Obyek dan Subyek Penelitian .....	30
B. Teknik Pengambilan Sampel .....	30
C. Jenis Data .....	30
D. Teknik Pengumpulan Data .....	31
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	32
F. Teknik Penggunaan Skala dan Pengukuran Variabel .....	35
G. Analisis Data .....	36
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	36
2. Alat Analisis Data .....	37
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum PT. BRISyariah .....	42
1. Sejarah Singkat PT. BRISyariah .....	42
2. Visi dan Misi PT. BRISyariah .....	44
B. Analisis Data .....	44
1. Analisis Kuantitatif .....	53
a. Analisis Faktor .....	54
b. Analisis Kluster ( <i>Cluster Analysis</i> ) .....	62
c. Pembagian <i>Cluster</i> .....	63
d. Uji Signifikansi Variabel <i>Cluster</i> (ANOVA) .....	64
e. Final <i>Cluster</i> Center (Analisis Sikap Konsumen) .....	65
f. Uji Chi-Square .....	66
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran-saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel .....	34
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender (Jenis Kelamin)	46
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	47
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	48
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	49
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	50
Tabel 5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Kunjungan	51
Tabel 5.7 Hasil Uji Validitas .....	52
Tabel 5.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 5.9 Analisis Faktor Terhadap Variabel Tingkat Penggunaan .....	55
Tabel 5.10 Analisis Faktor Terhadap Variabel Respons Promosional .....	56
Tabel 5.11 Analisis Faktor Terhadap Variabel Loyalitas Merk .....	56
Tabel 5.12 Hasil Komunalitas Variabel Tingkat Penggunaan .....	57
Tabel 5.13 Hasil Komunalitas Variabel Respons Promosional .....	58
Tabel 5.14 Hasil Komunalitas Variabel loyalitas Merk .....	58
Tabel 5.15 <i>Eigenvalue</i> Faktor Terpilih Pada Variabel Tingkat Penggunaan	59
Tabel 5.16 <i>Eigenvalue</i> Faktor Terpilih Pada Variabel Respons Promosi	60
Tabel 5.17 <i>Eigenvalue</i> Faktor Terpilih Pada Variabel Loyalitas Merk ...	60
Tabel 5.18 Penentuan Faktor Variabel Respons Promosional .....	61
Tabel 5.19 Pembagian Kelas <i>Cluster</i> .....	63

Tabel 5.20 Distribusi Variabel <i>Cluster</i> .....	64
Tabel 5.21 Uji Signifikansi (ANOVA) .....	65
Tabel 5.22 Final <i>Cluster</i> Center .....	66
Tabel 5.23 Uji Chi-Square Profil <i>Cluster</i> .....	67
Tabel 5.24 Profil Berdasarkan Gender .....	68
Tabel 5.25 Profil Berdasarkan Usia .....	69
Tabel 5.26 Profil Berdasarkan Pendidikan terakhir Responden .....	70
Tabel 5.27 Profil Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	71
Tabel 5.28 Profil Berdasarkan Tingkat Pendapatan Usia .....	72

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi segmentasi pasar produk Kepemilikan Logam Mulia (KLM BRISyariah iB) dan dasar segmentasi pasar yang mendominasi pasar produk KLM di BRISyariah Kantor Cabang Induk Citarum Bandung dilihat dari empat dasar variabel segmentasi yaitu variabel manfaat, tingkat penggunaan, respons promosional dan loyalitas merk dengan sampel sebanyak 50 orang responden, sampel diambil dengan menggunakan metode convenience sampling. Jenis data adalah data primer, data dikumpulkan dengan penyebaran angket kuisioner menggunakan skala likert. Uji kualitas data instrument validitas menggunakan korelasi product moment dan pengujian reliabilitas menggunakan teknik cronbac'h alpha. Alat analisis data untuk mengidentifikasi segmentasi pasar produk KLM dengan tujuan penyederhanaan variabel menggunakan analisis faktor, sedangkan untuk membagi-bagi kelompok variabel menggunakan analisis cluster. Hasilnya menunjukkan bahwa: (1) Segmentasi pasar produk KLM terbagi dua kelompok cluster, kelompok cluster satu dalam menggunakan KLM lebih mendasar pada faktor promosi dan tingkat penggunaan sedangkan kelompok cluster dua lebih mendasar pada faktor respons dan loyalitas merk. (2) Tidak terdapat segmentasi pasar yang paling mendominasi, namun variabel respons promosional dan variabel loyalitas merk pada cluster dua memiliki jumlah presentasi yang tinggi sebesar 78%.

Kata Kunci: Manfaat, Tingkat Penggunaan, Respons Promosional, Loyalitas Merk, Segmentasi Pasar.

## ABSTRACT

The purpose of this research is to identify the product of market segmentation of Kepemilikan Logam Mulia (KLM BRISyariah iB) and the basic of market segmentation which is dominate the market products of KLM BRISyariah Citarum Parent Branch Bandung seen from four basic variables, they are; segmentation variable benefits, usage levels, promotional response and brand loyalty by the sample of 50 respondents, a sample taken by using a convenience sampling method. This type of data is primary data, questionnaire data were collected by distributing questionnaires by using Likert scales. The test of quality data of validity instrument is using the moment correlation product and reliability testing using alpha cronbac'h techniques. The tools of analysis data is to identify the KLM product segmentation market with the goal of simplification of variables using factor analysis, the other side is to divide the groups of variables using of cluster analysis. The results showed that: (1) product market segmentation is divided into two groups cluter, first in cluster using the KLM is more fundamental to the promotion factors and levels of usage, while the second is more grounded in responses factors and brand loyalty. (2) There is no market segmentation most dominating, but the responses promotional variable and brand loyalty variable of second clusters have a high number of presentations by 78%.

Key-word: benefit, level of usage, promotion responses, brand loyalty, market segmentation.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata Arab-Latin yang dipakai dalam penyusunan Skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 158/1987 dan 0543b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

### I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	<i>b</i>	-
ت	Ta	<i>t</i>	-
ث	sa'	<i>s</i>	s (dengan titik di atas)
ج	Jim	<i>j</i>	-
ح	Ha	<i>.h</i>	h (dengan titik di bawah)
خ	Kha	<i>kh</i>	-
د	Dal	<i>d</i>	-
ذ	Żal	<i>ż</i>	z (dengan titik di bawah)
ر	Ra	<i>r</i>	-
ز	Zai	<i>z</i>	-
س	Sin	<i>s</i>	-
ش	Syin	<i>sy</i>	-
ص	Sad	<i>.s</i>	s (dengan titik di bawah)
ض	Dad	<i>.d</i>	d (dengan titik di bawah)
ط	Ta	<i>.t</i>	t (dengan titik di bawah)
ظ	Za	<i>.z</i>	z (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik ke atas
غ	Gain	<i>g</i>	-
ف	Fa	<i>f</i>	-
ق	Qaf	<i>q</i>	-
ك	Kaf	<i>k</i>	-
ل	Lam	<i>l</i>	-
م	Mim	<i>m</i>	-
ن	Nun	<i>n</i>	-
و	Wau	<i>w</i>	-
ه	Ha	<i>h</i>	-
ء	hamzah	'	apostrof
ي	Ya	<i>y</i>	-



## II. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

## III. *Ta' Marbutah* di akhir kata

- a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>.hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan, bila kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- b. Bila *ta' marbutah* diikuti dengan kata sandang "*al*" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>K āramah al-auliya'</i>
----------------	---------	----------------------------

- c. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāt al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

## IV. Vokal Pendek

---َ---	<i>Fathah</i>	Ditulis	a
---ِ---	<i>Kasrah</i>	Ditulis	i
---ُ---	<i>.dammah</i>	Ditulis	u

## V. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif جاهلية	Ditulis Ditulis	<i>ā</i> <i>jāhiliyah</i>
2.	Fathah + ya' mati تنسى	Ditulis Ditulis	<i>ā</i> <i>tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati كريم	Ditulis Ditulis	<i>ī</i> <i>karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati فروظ	ditulis ditulis	<i>ū</i> <i>furūd</i>

## VI. Vokal Rangkap

1.	<i>Fathah + ya 'mati</i> بينكم	ditulis ditulis	<i>ai</i> <i>bainakum</i>
2.	<i>Fathah + wawu mati</i> قول	ditulis ditulis	<i>au</i> <i>qaul</i>

## VII. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## VIII. Kata Sandang *Alif + Lam*

a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القران	ditulis	<i>al-qur'an</i>
القياس	ditulis	<i>al-qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l (el)*-nya.

السماء	ditulis	<i>as-samā'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-syams</i>

## IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat.

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى القروض	Ditulis	<i>zawi al-furud</i>
أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>