

SKRIPSI
HUBUNGAN *SEGMENTING TARGETING POSITIONING*
TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI TOKO SUN MIRACLE



ARIF ISNAENI

212131008

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI
CILACAP 2026

SKRIPSI
HUBUNGAN *SEGMENTING TARGETING POSITIONING*
TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI TOKO SUN MIRACLE
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Teknik Pada Fakultas Teknologi Industri Universitas
Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap



ARIF ISNAENI
212131008

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI
CILACAP 2026

PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Arif Isnaeni

NIM : 212131008

Fakultas/Prodi : Fakultas Teknologi Industri/Teknik Industri

Tahun : 2026

Judul Skripsi : Hubungan *Segmenting Targeting Positioning* Terhadap
Volume Penjualan di Toko Sun Miracle

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar orisinil atau asli dibuat oleh saya sendiri, tidak ada pihak lain yang membuat laporan ini, tidak ada unsur plagiat kecuali pada bagian-bagian yang disebutkan rujukannya. Jika suatu hari ditemukan adanya indikasi dibuat oleh pihak lain atau plagiat, maka saya bersedia menerima konsekuensinya dari institusi. Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran tanpa ada paksaan.

Cilacap, 11 Maret 2026

Xang Menyatakan

Arif Isnaeni
212131008



PENGESAHAN

Tugas Akhir Saudara,

Nama : **Arif Isnaeni**
NIM : 212131008
Program Studi : Teknik Industri
Judul : Hubungan *Segmenting Targeting Positioning* Terhadap Volume Penjualan di Toko Sun Miracle

Telah disidang Tugas Akhir oleh Dewan Penguji Fakultas Teknologi Industri Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap pada hari / tanggal :

Rabu, 11 Maret 2026

Dan dapat diterima sebagai pemenuhan tugas akhir mahasiswa Program Strata 1 (S-1) Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri pada Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap.

Mengetahui,

Penguji 1



Siti Fauzatun Wachidah, M.Sc.
NIDN. 0618088602

Penguji 2



Anisha Dian Iswahyuni, S.T., M.Sc.
NIDN. 0629048401

Pembimbing 1/Ketua Sidang



Muhamad Haris Maknun, M.T.
NIDN. 0617058403

Pembimbing 2/Sekretaris Sidang



Aji Kusumastuti Hendrawan, M.T.
NIDN. 0617019501

Cilacap, Maret 2026

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Teknologi Industri



Christian Soolany, S.TP., M.Si.
NIDN. 0627128801

NOTA PEMBIMBING

Hal : Naskah Laporan Tugas Akhir Arif Isnaeni
Lamp : -

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Teknologi Industri
UNUGHA Cilacap
Di –
Cilacap

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengkoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka pembimbing berpendapat bahwa Laporan Tugas Akhir saudara:

Nama : Arif Isnaeni
NIM : 212131008
Program Studi : Teknik Industri
Judul : Hubungan *Segmenting Targeting Positioning* Terhadap Volume Penjualan di Toko Sun Miracle

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Teknologi Industri Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Strata Satu (S-1) Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri pada Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Cilacap, 13 Maret 2026
Pembimbing,


Muhamad Haris Maknun, M.T.
NIDN. 0617058403

NOTA KONSULTAN

Hal : Naskah Laporan Tugas Akhir Arif Isnaeni
Lamp : -

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Teknologi Industri
UNUGHA Cilacap
Di –
Cilacap

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengkoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka konsultan berpendapat bahwa Laporan Tugas Akhir saudara:

Nama : **Arif Isnaeni**
NIM : 212131008
Program Studi : Teknik Industri
Judul : Hubungan *Segmenting Targeting Positioning* Terhadap Volume Penjualan di Toko Sun Miracle

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Teknologi Industri Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Strata Satu (S-1) Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri pada Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Cilacap, Maret 2026
Konsultan,



Anisha Dian Iswahyuni, S.T., M.Sc.
NIDN. 0629048401

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “HUBUNGAN *SEGMENTING TARGETING POSITIONING* TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI TOKO SUN MIRACLE” dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi Tugas akhir ini merupakan persyaratan yang harus dipenuhi mahasiswa Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali (UNUGHA) Cilacap, dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1).

Penyusunan tugas akhir ini tak lepas dari kontribusi berharga berupa perjuangan, arahan, pemikiran, dan dukungan dari berbagai pihak. Berkat bantuan tersebut, beragam hambatan dan kesulitan yang penulis hadapi dapat teratasi dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terimakasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. A. Luthfi Hamidi, M.Ag. selaku Rektor Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap.
2. Bapak Christian Soolany, S.Tp, M.Si. Selaku Bapak Dekan Program Studi Teknik Industri Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap.
3. Bapak Haris Maknun, M.T. selaku Dosen Pembimbing I Tugas Akhir yang dengan sabar memberikan bimbingan, dan arahan, tanpa henti kepada penulis selama penyusunan tugas akhir ini.
4. Ibu Aji Kusumastuti Hendrawan, M.T. selaku Dosen Pembimbing 2 Tugas Akhir yang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi tanpa henti kepada penulis selama penyusunan tugas akhir ini.
5. Seluruh dosen dan staf akademik FTI yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama masa perkuliahan.

6. Pimpinan Mas Suntono Suparjima, S.H dan Mba Inas Ambarwati, S.E yang telah berkenan dan memberikan izin kepada penulis untuk dapat melakukan penelitian tugas akhir ditempat beliau dan karyawan Toko Sun Miracle yang telah memberikan izin dan membantu dalam proses penelitian.
7. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Cilacap, Maret 2026

Penulis



ARIF ISNAENI

NIM. 212131008

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Segmentation, Targeting, and Positioning (STP) marketing strategies on Sales Volume at Sun Miracle Store. The research used a quantitative approach with 100 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed using multiple linear regression with SPSS 25. The results show that Segmentation, Targeting, and Positioning have a positive and significant effect on Sales Volume, both partially and simultaneously. The Adjusted R Square value of 0.415 indicates that 41.5% of the variation in Sales Volume is explained by these three variables.

Keywords: *Segmentation, Targeting, Positioning, Sales Volume.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi pemasaran Segmentation, Targeting, dan Positioning (STP) terhadap Volume Penjualan di Toko Sun Miracle. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel 100 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, variabel Segmentasi, Targeting, dan Positioning berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,415 menunjukkan bahwa 41,5% variasi Volume Penjualan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut.

Kata Kunci: *Segmentasi, Targeting, Positioning, Volume Penjualan.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA PEMBIMBING.....	iv
NOTA KONSULTAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Batasan masalah	4
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. <i>Segmenting, Targeting, and Positioning</i> (STP)	6
B. Penelitian Terdahulu	15
C. Bagan Hipotesis.....	19
D. Keterangan Bagan Hipotesis	19
E. Diagram Flowchart.....	20
BAB III METODELOGI PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian	21
B. Tempat dan Waktu Penelitian	21
C. Waktu Penelitian.....	21
D. Populasi dan Sampel.....	22
E. Jenis Data dan Informasi	22
F. Teknik Pengumpulan Data.....	23
G. Instrumen Penelitian	24
H. Teknik Analisis Data.....	27

1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	27
2.	Uji Asumsi Klasik	28
3.	Uji Multikolinieritas	29
4.	Uji heteroskedastisitas	29
5.	Uji Statistik.....	30
6.	Koefisien Determinasi (R ²).....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		33
A.	Profil Perusahaan.....	33
B.	Karakteristik Responden.....	34
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
C.	Analisis Deskriptif Variabel.....	36
D.	Teknik Analisis Data.....	37
1.	Uji Validitas.....	37
2.	Uji Reabilitas	42
3.	Uji Asumsi Klasik	44
4.	Uji multikolinearitas	48
5.	Uji Heteroskedastisitas	48
6.	Analisis regresi linier berganda	49
7.	Uji Hipotesis.....	51
8.	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	54
E.	Pembahasan	55
BAB V KESIMPULAN		57
A.	Kesimpulan.....	57
B.	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN		62
A.	Identitas Responden.....	62
B.	Petunjuk Pengisian Kuesioner	62
C.	Pertanyaan Mengenai Variabel	63
D.	Lampiran 2 : Data Sampel Dan Dokumentasi Penelitian	65

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data penjualan Toko Sun Miracl.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert	25
Tabel 3.2 Variabel Segmenting.....	26
Tabel 3.3 Variabel Targeting.....	26
Tabel 3.4 Variabel Positioning.....	27
Tabel 3.5 Variabel Volume Penjualan.....	27
Tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan usia	34
Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	35
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Segmenting	38
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Targeting	40
Tabel 4.5 Uji Validitas Positioning.....	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Volume Penjualan	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Segmenting	43
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Targeting.....	43
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Positioning	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Volume Penjualan	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test.....	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	50
Tabel 4.14 Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	53
Tabel 4.16 Hasil Uji Pengaruh Simultan.....	54
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan hipotesis.....	19
Gambar 3. 1 Lokasi Penelitian	21
Gambar 1.2 Gantt Chart Penelitian	22
Gambar 4.1 Diagram pie karakteristik responden berdasarkan usia.....	34
Gambar 4.2 Diagram karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	35
Gambar 4.3 Diagram pie analisis deskriptif variable	36
Gambar 4.4 Normality Probability Plot	46
Gambar 4.5 Uji Normalitas Histrogram.....	47