

**ANALISIS *SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING*
(STP) DALAM STRATEGI PEMASARAN MOBIL HONDA
PADA DEALER HONDA PONDOK INDAH**

**DITO PRASETYO
8223164073**



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

ANALYSIS OF SEGMENTING, TARGETING, AND POSITIONING (STP) IN THE HONDA CAR MARKETING STRATEGY AT DEALER HONDA PONDOK INDAH

DITO PRASETYO
8223164073



This Scientific Paper arranged to meet one of the requirements to get the title of the Experts Associate at Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta

MARKETING MANAGEMENT PROGRAM STUDY DIII
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019

ABSTRAK

Dito Prasetyo. 8223164073. Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) dalam strategi pemasaran mobil Honda pada Dealer Honda Pondok Indah. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisa strategi pemasaran menggunakan metode *Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)* yang digunakan oleh Dealer Honda Pondok Indah. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif yaitu mengimplementasikan data – data berupa gambaran dan penjelasan mengenai kondisi yang sebenarnya, keseluruhan objek yang diteliti, dan pengamatan dari segala aspek yang ada pada Dealer Honda Pondok Indah dan metode pengumpulan data yaitu melalui observasi, studi pustaka, dan wawancara.

Berdasarkan penelitian ini dapat diketahui bahwa Dealer Honda Pondok Indah melakukan penerapan strategi pemasaran menggunakan metode *Segmenting* dengan variabelnya : geografis, demografis, perilaku, dan psikografis, *Targeting* dengan melihat konsumen sebagai pasar yang besar dan karena itu perusahaan menciptakan beberapa jenis produk untuk memenuhi semua kebutuhan pasar , dan *Positioning* yaitu memberikan sebuah nilai unggul kepada konsumen agar terlihat berbeda dari pesaing.

Kata kunci : *Segmenting, Targeting, Positioning*, Strategi Pemasaran.

ABSTRACT

Dito Prasetyo. 8223164073. Analysis of Segmentation, Targeting, and Positioning (STP) in Honda car marketing strategies at Dealer Honda Pondok Indah. DIII Marketing Management Study Program. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta.

This study aims to describe and analyze marketing strategies using the Segmenting, Targeting, and Positioning (STP) method used by Dealer Honda Pondok Indah. This study uses descriptive analysis method that is implementing data in the form of an overview and explanation of the actual conditions, the entire object under study, and observations from all aspects of Dealer Honda Pondok Indah and data collection methods are through observation, literature study, and interviews.

Based on this research, it can be seen that Dealer Honda Pondok Indah implements the marketing strategy using the Segmenting method with its variants: geographic, demographic, behavioral, and psychographic, Targeting by looking at consumers as a large market and therefore the company creates several types of products to meet all market needs, and Positioning superior value to consumers in order to look different from other competitors.

Keyword : Segmenting, Targeting, Positioning, Marketing Strategy.

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Prof. Dr. Dedi Purwana E.S. M.Bus

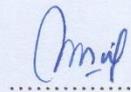
NIP. 1967120719992031001

Nama
Ketua Penguji

Tanda Tangan

Tanggal

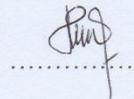
Dra. Umi Mardiyati, M.Si.
NIP. 195702211985032002



21 - 8 - 2019

Penguji Ahli

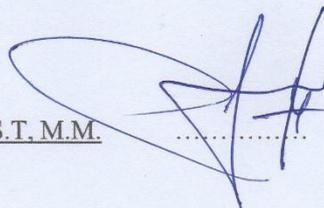
Dra. Sholikhah, M.M.
NIP. 196206231990032001



21 - 8 - 2019

Dosen Pembimbing

Agung Kresnamurti Rivai P. S.T. M.M.
NIP. 197404162006041001



21 - 8 - 2019

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya Ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya Ilmiah ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 17 Agustus 2019
Yang membuat pernyataan



Dito Prasetyo
NIM. 8223164073

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur senantiasa penulis haturkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, karena penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul **Analisis *Segmenting, Targeting, dan Positioning* (STP) dalam strategi pemasaran mobil Honda pada Dealer Honda Pondok Indah**. Karya Ilmiah ini disusun bertujuan untuk memenuhi persyaratan mendapat gelar Ahli Madya.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada keluarga yang selalu mendampingi dan memberi dukungan serta senantiasa mendoakan penulis.

Dengan terselesaikan penulisan Karya Ilmiah ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Agung Kresnamurti Rivai P. ST., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah, meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan arahan, dan saran untuk penulis.
2. Dra. Sholikhah, MM, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
3. Prof. Dr. Dedi Purwana, E.S, M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Pak Cokro, selaku Assistant Sales Manager PT. Istana Kebayoran Raya Motor yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di PT. Istana Kebayoran Raya Motor.

5. Pak Dimas, selaku narasumber yang telah memberikan informasi kepada penulis ketika melakukan penelitian di PT. Istana Kebayoran Raya Motor.
6. Teman-teman serta pihak - pihak yang tidak dapat disebutkan semua, tanpa mengurangi rasa hormat terima kasih atas doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Karya Ilmiah ini masih ada kekurangan dan jauh dari kata sempurna dalam penulisan, penyajian, dan penyusunan Karya Ilmiah ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga Karya Ilmiah ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jakarta, Agustus 2019

Penulis