

**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI *SEGMENTING*, *TARGETING*, DAN  
*POSITIONING* TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN  
KAFE KALA BARU SURABAYA**



**ALDINO DWI ARNADA  
NPM 22230011**

---

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN  
' FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
SURABAYA  
2026**

## **SKRIPSI**

### ***Analisis Strategi Segmenting, Targeting, Dan Positioning* Terhadap Peningkatan Penjualan Kafe Kala Bara Surabaya**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Teknologi Pertanian  
Program Studi Teknologi Industri Pertanian  
Fakultas Teknik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

**ALDINO DWI ARNADA**

**22230011**

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
SURABAYA  
2026**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Tugas Akhir Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu

Syarat Memporoleh Gelar

Sarjana Teknologi Pertanian (S. TP)

Di

Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Oleh:

**ALDINO DWI ARNADA**

**22230011**

Hari / Tanggal Sidang : Rabu, 1 Juli 2026

Menyetujui

**Dosen pembimbing I**



**Ir. Tri Rahayuningsih, M.A.**  
NIDN. 0711026601

**Dosen pembimbing II**



**Marina Revitriani, S.TP., MP.**  
NIDN. 0706088101

**Ketua Program Studi  
Sekretaris Program Studi  
Teknologi Industri Pertanian**

  
**Dr. Eng. Ir. H. Mujiyanto, MP.**  
NIDN. 0706076703

**Dekan  
Fakultas Teknik**



  
**Dr. Ir. Kukuh Adisusilo, ST., MT.**  
NIDN. 0715027802

**LEMBAR PENGESAHAN REVISI**

Judul : Analisis Strategi *Segmenting, Targeting, dan Positioning* Terhadap Peningkatan Penjualan Kafe Kala Baru Surabaya

Nama : Aldino Dwi Arnada

NPM : 22230011

Telah Diuji Pada

Hari : Rabu

Tanggal : 1 Juli 2026

Tempat : Ruang Asistensi, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Disetujui Oleh:

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II



**Diana Puspitasari, S.TP., M.T.**  
NIDN. 0730067301

**Dr. Eng. Ir. H. Muiyanto, MP.**  
NIDN. 0706076703

Mengetahui

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



**Ir. Tri Rahayuningsih, M.A.**  
NIDN. 0711026601

**Marina Revitriani, S.TP., MP.**  
NIDN. 0706088101

## LEMBAR KEASLIAN PENULISAN

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah SKRIPSI ini dapat dibuktikan mendapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia SKRIPSI ini digugurkan dan gelar akademik SARJANA yang telah saya peroleh dibatalkan, serta proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 1 Juli 2026

The image shows a handwritten signature in black ink over a rectangular official stamp. The stamp is light-colored with a grid pattern and contains the text 'KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN INOVASI' at the top, 'KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN' in the middle, and 'KEMENTERIAN KEMUKHARAN, BERKUALITAS, DAN BERKUALITAS' at the bottom. The signature is written in a cursive style.

Nama : Aldino Dwi Arnada

NPM : 22230011

Program Studi : Teknologi Industri Pertanian

Fakultas : Teknik

Universitas : Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul “Analisis Strategi *Segmenting, Targeting, Dan Positioning* Terhadap Peningkatan Penjualan Kafe Kala Baru Surabaya” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademik yang harus di penuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknik, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penyusunan skripsi ini merupakan proses pembelajaran yang tidak lepas dari berbagai tantangan dan keterbatasan, baik dari segi teknis penelitian maupun dalam proses penulisan. Namun demikian, berkat bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak, penulis dapat melalui setiap tahapannya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung, ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Anang Kukuh Adisusilo, S.T., M.T., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Dr. Eng. Ir. H. Mujianto, MP., selaku Ketua Program Studi Teknologi Industri Pertanian, atas arahan, bimbingan, serta dukungan akademik yang diberikan selama penulis menempuh Pendidikan hingga penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Ir. Tri Rahayuningsih, M.A., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Marina Revitriani, S.TP., MP., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknik, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman akademik, serta wawasan yang bermanfaat selama proses perkuliahan.

5. Kedua orang tua tercinta, Bapak Ari Sutanto dan Ibu Titik Yuliasih yang penuh dengan kasih sayang, ketulusan dan pengorbanan yang tidak terhitung nilainya serta memberikan doa, dukungan moril, serta bantuan material kepada penulis. Kesabaran, perhatian, dan nasihat yang diberikan menjadi sumber kekuatan dan motivasi utama bagi penulis dalam menghadapi berbagai tantangan selama perkuliahan ini. Berkat dorongan dan kepercayaan yang selalu di berikan, penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh keluarga besar dan saudara, Mas Wandha, Adik Putra, Mbak lina yang senantiasa memberikan dukungan, menjadi sumber semangat, perhatian, dan semangat kepada penulis selama menempuh Pendidikan.
7. Kepada seseorang yang sangat istimewa dan selalu ada selama proses ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi keluh kesah, mendengarkan cerita tentang revisi dan berbagai kesulitan selama penulis menyusun skripsi, serta selalu memberikan semangat ketika penulis merasa lelah dan kehilangan motivasi. Dukungan sederhana berupa perhatian, waktu, dan kata-kata penyemangatmu sangat berarti dan membantu penulis bertahan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman dan sahabat serta rekan mahasiswa Program Studi Teknologi Industri Pertanian, yang telah memberikan motivasi, bantuan, dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.
9. Terakhir, kepada saya sendiri Aldino Dwi Arnada, terima kasih sudah bertahan sejauh ini, akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Proses penyusunan skripsi ini bukanlah perjalanan yang mudah, didalamnya terdapat kelelahan, keraguan, dan banyak momen mempertanyakan kemampuan diri sendiri. Melalui proses ini penulis belajar tentang arti ketekunan, tanggung jawab, dan keberanian untuk tetap melangkah meskipun dalam keadaan yang tidak selalu ideal. Karya ini menjadi saksi bahwa setiap proses memiliki waktunya masing-masing, dan setiap usaha sekecil apapun tetap memiliki nilai. Penulis menyadari bahwa hasil yang dicapai saat ini merupakan proses panjang yang tidak selalu terlihat oleh orang lain. "*You can do it, No!*" penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai kontribusi akademik maupun sebagai pengingat pribadi bahwa kegigihan dan kepercayaan terhadap proses adalah bagian penting dari pembelajaran. Penulis

menyadari sepenuhnya bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Surabaya, 1 Juli 2026

Aldino Dwi Arnada

Aldino Dwi Arnada. 22230011. **ANALISIS STRATEGI *SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING* TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN KAFE KALA BARU SURABAYA.** Dibimbing oleh: Ir. Tri Rahayuningsih, M.A. dan Marina Revitriani, S.TP., MP.

---

---

## RINGKASAN

Kafe Kala Baru Surabaya adalah usaha *coffee shop* yang masih dalam tahap pengembangan awal sehingga menghadapi berbagai tantangan dalam membangun kesadaran merek, menarik pelanggan, dan meningkatkan volume penjualan. Sebagai kafe yang relatif baru, jumlah pelanggan dan penjualan masih belum stabil karena kurangnya basis pelanggan yang kuat. Situasi ini menuntut implementasi strategi pemasaran yang tepat, khususnya melalui pendekatan *Segmenting, Targeting, dan Positioning* (STP) untuk meningkatkan penjualan.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh strategi *Segmenting* (X1), *Targeting* (X2), dan *Positioning* (X3) terhadap Peningkatan Penjualan (Y) Kafe Kala Baru Surabaya. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif dan metode kuantitatif dan kualitatif dengan mendistribusikan kuesioner kepada 100 responden yang sebelumnya pernah membeli di Kafe Kala Baru Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data kuesioner penelitian diuji validitas dan reliabilitas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua item pernyataan memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* > 0,30 sehingga valid, dan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 sehingga reliabel dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

Uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan nilai signifikansi  $0,909 > 0,05$  menunjukkan bahwa data terdistribusi normal dan memenuhi persyaratan untuk analisis regresi linier berganda. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki (56%), berusia 21–25 tahun (83%), mahasiswa (61%), dan berpenghasilan kurang dari Rp 4.000.000 per bulan (45%). Mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap implementasi strategi *Segmenting, Targeting, dan Positioning* pada Kafe Kala Baru. Variabel *Segmenting* dinilai selaras dengan karakteristik konsumen melalui konsep, produk, harga, dan suasana kafe. Variabel *Targeting* menunjukkan bahwa Kafe Kala Baru telah menentukan target pasar yang tepat, yaitu mahasiswa dan profesional muda. Variabel *Positioning* mendapat penilaian positif karena keberhasilannya membangun citra sebagai kafe yang nyaman, modern, dan berkualitas tinggi. Selain itu, variabel pertumbuhan penjualan menunjukkan peningkatan jumlah pelanggan, frekuensi pembelian, dan pembelian ulang, serta kecenderungan konsumen untuk merekomendasikan Kafe Kala Baru kepada orang lain.

Hasil analisis regresi linier berganda memiliki persamaan  $Y = 0,600 + 0,277X_1 + 0,211X_2 + 0,358X_3$  dengan nilai R sebesar 0,738 dan *R Square* sebesar 0,545 menunjukkan bahwa variabel *Segmenting, Targeting, dan Positioning* menjelaskan

54,5% variasi peningkatan penjualan, sedangkan sisanya 45,5% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian.

Hasil uji parsial (uji-t) menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan. Variabel *Segmenting* memiliki pengaruh signifikan dengan nilai t hitung sebesar 2,848 dan *sig.*  $0,005 < 0,05$  menunjukkan bahwa segmentasi pasar yang sesuai dengan karakteristik konsumen dapat meningkatkan penjualan. Variabel *Targeting* juga memiliki pengaruh signifikan dengan nilai t hitung sebesar 2,155 dan *sig.*  $0,034 < 0,05$  menunjukkan bahwa penentuan target pasar yang tepat dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan minat beli konsumen. Variabel *Positioning* memiliki pengaruh paling dominan, dengan nilai t hitung sebesar 3,267 dan *sig.*  $0,002 < 0,05$  menunjukkan bahwa citra Kafe Kala Baru sebagai tempat yang nyaman, modern, dan berkualitas tinggi dapat membentuk persepsi positif konsumen, sehingga mendorong peningkatan penjualan.

Hasil uji simultan (uji f) menunjukkan nilai F terhitung sebesar 38,381 dengan *sig.*  $0,000 < 0,05$ , menunjukkan bahwa variabel *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* secara kolektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan Kafe Kala Baru Surabaya. Keseluruhan menunjukkan bahwa peningkatan penjualan yang sukses tidak dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh kombinasi strategi segmentasi pasar yang tepat, pemilihan pasar sasaran yang akurat, dan penciptaan posisi yang kuat dalam benak konsumen.

Kata kunci: *Segmenting*, *Targeting*, *Positioning*, Peningkatan Penjualan.

## DAFTAR ISI

|                                                               |      |
|---------------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                       | iii  |
| LEMBAR PENGESAHAN REVISI .....                                | iv   |
| LEMBAR KEASLIAN PENULISAN .....                               | v    |
| KATA PENGANTAR.....                                           | vi   |
| RINGKASAN .....                                               | ix   |
| DAFTAR ISI.....                                               | xi   |
| DAFTAR TABEL .....                                            | xiii |
| DAFTAR GAMBAR.....                                            | xiv  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                         | xv   |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                        | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                      | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                      | 4    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                   | 4    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                  | 5    |
| 1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....                             | 5    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                                  | 6    |
| 2.1 Pemasaran.....                                            | 6    |
| 2.2 Strategi Pemasaran .....                                  | 7    |
| 2.3 <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)</i> ..... | 8    |
| 2.4 Kafe Kala Baru.....                                       | 12   |
| 2.5 Peningkatan Penjualan .....                               | 13   |
| 2.6 Penelitian Terdahulu .....                                | 15   |
| 2.7 Hipotesis.....                                            | 16   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                               | 17   |
| 3.1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan .....                        | 17   |
| 3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....                     | 17   |
| 3.3 Data dan Sumber Data .....                                | 18   |
| 3.4 Tahapan Penelitian.....                                   | 18   |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....                              | 30   |

|                                            |           |
|--------------------------------------------|-----------|
| 4.1 Uji Validitas.....                     | 30        |
| 4.2 Uji Reliabilitas .....                 | 33        |
| 4.3 Uji Normalitas .....                   | 35        |
| 4.4 Hasil Analisis Deskriptif .....        | 35        |
| 4.5 Analisis Regresi Linier Berganda ..... | 40        |
| 4.6 Persamaan Regresi Linier Berganda..... | 44        |
| 4.7 Koefisien Determinasi.....             | 45        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>    | <b>46</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                       | 46        |
| 5.2 Saran.....                             | 47        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                | <b>49</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                      | <b>54</b> |

## DAFTAR TABEL

| Nomor       | Teks                                                         | Halaman |
|-------------|--------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 3. 1  | Variabel Laten dan Variabel Manifes .....                    | 22      |
| Tabel 3. 2  | Skala Likert .....                                           | 28      |
| Tabel 4. 1  | Hasil Uji Validitas Segmenting .....                         | 30      |
| Tabel 4. 2  | Hasil Uji Validitas Targeting .....                          | 31      |
| Tabel 4. 3  | Hasil Uji Validitas Positioning .....                        | 31      |
| Tabel 4. 4  | Hasil Uji Validitas Peningkatan Penjualan.....               | 31      |
| Tabel 4. 5  | Hasil Uji Validitas Segmenting 100 Responden .....           | 32      |
| Tabel 4. 6  | Hasil Uji Validitas Targeting 100 Responden .....            | 32      |
| Tabel 4. 7  | Hasil Uji Validitas Positioning 100 Responden .....          | 33      |
| Tabel 4. 8  | Hasil Uji Validitas Peningkatan Penjualan 100 Responden..... | 33      |
| Tabel 4. 9  | Hasil Uji Reliabilitas 12 Responden .....                    | 34      |
| Tabel 4. 10 | Hasil Uji Reliabilitas 100 Responden .....                   | 34      |
| Tabel 4. 11 | Hasil Uji Normalitas .....                                   | 35      |
| Tabel 4. 12 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....      | 35      |
| Tabel 4. 13 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                | 36      |
| Tabel 4. 14 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....          | 36      |
| Tabel 4. 15 | Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....         | 37      |
| Tabel 4. 16 | Segmenting (X1).....                                         | 38      |
| Tabel 4. 17 | Targeting (X2).....                                          | 38      |
| Tabel 4. 18 | Positioning (X3).....                                        | 39      |
| Tabel 4. 19 | Peningkatan Penjualan (Y).....                               | 39      |
| Tabel 4. 20 | Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....                       | 40      |
| Tabel 4. 21 | Hasil Uji t.....                                             | 41      |
| Tabel 4. 22 | Hasil Uji F.....                                             | 43      |
| Tabel 4. 23 | Uji Koefisien Determinasi .....                              | 45      |

## DAFTAR GAMBAR

| <b>Nomor</b> | <b>Teks</b>                           | <b>Halaman</b> |
|--------------|---------------------------------------|----------------|
|              | Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian .....  | 19             |
|              | Gambar 3. 2. Kerangka Konseptual..... | 20             |

## DAFTAR LAMPIRAN

| <b>Nomor</b> | <b>Teks</b>                                             | <b>Halaman</b> |
|--------------|---------------------------------------------------------|----------------|
|              | Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....                   | 54             |
|              | Lampiran 2 Tabulasi Data .....                          | 60             |
|              | Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....   | 65             |
|              | Lampiran 4 Hasil Analisis Deskriptif .....              | 73             |
|              | Lampiran 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel .....     | 73             |
|              | Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas.....                    | 75             |
|              | Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda ..... | 75             |
|              | Lampiran 8 Hasil Uji t .....                            | 76             |
|              | Lampiran 9 Hasil Uji f.....                             | 76             |
|              | Lampiran 10 Dokumentasi Kafe Kala Baru .....            | 77             |