

**ANALISA PANGSA PASAR AIR MINUM MEREK
AQUA DENGAN PENDEKATAN MARCOV CHAIN
PADA KARYAWAN PT. X**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Teknik Industri

Oleh :

TRI VANTI DEVI YULIA

2016.69.03.0006

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

2020

**PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN
SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK
CIPTA***

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi berjudul **ANALISIS PANGSA PASAR AIR MINUM MEREK AQUA DENGAN PENDEKATAN *MARKOV CHAIN* PADA KARYAWAN PT. X** adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Yudharta Pasuruan.

Pasuruan, 19 Agustus 2020



Tri Yanti Devi Yulia
NIM 201669030006



**UNIVERSITAS YUDHARTA
PASURUAN
FAKULTAS TEKNIK**

Kantor Pusat :
Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Purwodari Pasuruan Telp./ Fax. 0343-611186
e-mail: fakultasteknik@yudharta.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

Nomor : 0356/S9/FT.UYP/109/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Misbach Munir, ST., MT
NIP.Y : 0690201015
Jabatan : Dekan Fakultas Teknik


Dengan ini menerangkan bahwa skripsi atas nama mahasiswa :

Nama : Tri Vanti Devi Yulia
NIM : 201669030006
Prodi : Teknik Industri

Judul Skripsi : ANALISIS PANGSA PASAR AIR MINUM MEREK AQUA DENGAN PENDEKATAN
MARKOV CHAIN PADA KARYAWAN PT. X

Hasil Plagiasi : 17%

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pasuruan, 14 September 2020
Dekan Fakultas Teknik

Misbach Munir, ST., MT.
NIP. 0690201015

PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS PANGSA PASAR AIR MINUM MEREK
AQUA DENGAN PENDEKATAN *MARKOV CHAIN*
PADA KARYAWAN PT. X

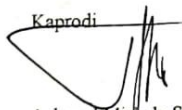
Nama : Tri Vanti Devi Yulia

Nim : 2016.69.03.0006

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui

Pasuruan, 19 Agustus 2020

Kaprodi



Achmad Mispah, ST., MT.
NIP. Y 0691101066

Pembimbing



M. Amron Mas'ud, ST., MT.
NIP. Y 0691101058

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS PANGSA PASAR AIR MINUM MEREK
AQUA DENGAN PENDEKATAN *MARKOV CHAIN*
PADA KARYAWAN PT. X

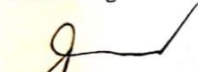
Nama : Tri Vanti Devi Yulia

Nim : 2016.69.03.0006

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan didepan Dewan
Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 15 Agustus 2020. Menurut
pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk
tujuan penganugerahan gelar Sarjana Teknik Industri (ST)

Pasuruan, 19 Agustus 2020

Pembimbing



M. Amron Mas'ud, ST., MT.

NIP. Y 0691101058

Penguji Utama



Nuriyanto, ST., MT.

NIP. Y 0690911108

Kaprodi



Achmad M. Sbah, ST., MT.

NIP. Y 0691101066

Penguji Anggota



Khalizli Roswidi, ST., MT.

NIP. Y 0691101056

Dekan Fakultas Teknik



Misbach Munir, ST., MT.

NIP. Y 0690201015



iv

ABSTRACT

PT.Tirta Investama is a company that is engaged in bottled drinking water industry (AMDK). The success achieved by Aqua at that time was followed by the emergence of new players in the bottled water industry.

As a result, many brands of bottled water have emerged and competition between producers continues to develop, so companies need to periodically monitor the position of their products against their competitors' products in order to analyze the market share of their products and find out about market changes that occur using one of the Operation Research methods, the Markov Chain method.

The purpose of this study is to predict consumer behavior to analyze market panga and determine changes in market share through consumer behavior.

The results of the Markov chain analysis show that Aqua's market share as the most popular brand turns out to be slowly increasing its market share, starting from 45% in 2020 and then in 2021 to 63.9%. Oasis's market share was originally 2% in 2020 and then increased to 2.9% in 2021. Le Minerale, which was originally 18% in 2020, increased to 19% in 2021. The club, which was originally 22%, decreased to 9.9% in 2020. Meanwhile, the brand others from 13% dropped dramatically to 4% in 2021.

Key words: Aqua, markov chain.

ABSTRAK

PT. Tirta Investama adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri air minum dalam kemasan (AMDK). Keberhasilan yang diraih Aqua saat itu diikuti dengan munculnya pemain baru di industri AMDK.

Alhasil, bermunculan banyak merek AMDK dan persaingan antar produsen terus berkembang, sehingga perusahaan perlu secara berkala memantau posisi produknya terhadap produk kompetitornya guna menganalisis pangsa pasar produknya dan mengetahui pasarnya. perubahan yang terjadi menggunakan salah satu metode Riset Operasi, metode Rantai Markov.

Tujuan dari penelitian ini adalah memprediksi perilaku konsumen untuk menganalisis pangsa pasar dan mengetahui perubahan pangsa pasar melalui perilaku konsumen.

Hasil analisis rantai Markov menunjukkan bahwa pangsa pasar Aqua sebagai merek terpopuler ternyata perlahan-lahan meningkatkan pangsa pasarnya, dimulai dari 45% di tahun 2020 lalu di tahun 2021 menjadi 63,9%. Pangsa pasar Oasis awalnya 2% pada tahun 2020 dan kemudian meningkat menjadi 2,9% pada tahun 2021. Le Minerale, yang semula 18% pada tahun 2020, meningkat menjadi 19% pada tahun 2021. Klub, yang semula 22%, menurun menjadi 9,9% pada 2020. Sementara merek lain-lain dari 13% turun drastis menjadi 4% di tahun 2021.

Kata kunci: Aqua, rantai markov.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberi kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Skripsi dengan judul ANALISA PANGSA PASAR AIR MINUM MEREK AQUA DENGAN PENDEKATAN MARCOV CHAIN PADA KARYAWAN PT. X.

Penulisan laporan ini didasarkan pada penelitian yang sudah penulis lakukan di PT. X. Tujuan penelitian adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana teknik (ST) jurusan teknik industri

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada PT. X yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian selama 3 bulan, secara khusus juga penulis sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Kholid Murtadlo, SE. ME, selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
2. Bapak Misbach Munir, ST., MT. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Bapak Achmad Misbah, ST., MT. selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Bapak, M. Imron Mas'ud., ST., MT. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, memberi semangat dan dorongan kepada penulis dalam penyusunan laporan seminar proposal hingga selesai.
5. Seluruh Dosen Pengajar Teknik Industri yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis. Keluarga tercinta yang telah begitu tulus memberikan semangat, dorongan, dan doa yang bermanfaat bagi penulis.
6. Teman – teman mahasiswa angkatan 2016 yang telah banyak membantu penulis dan memberikan dukungan dalam menyusun laporan seminar proposal sampai selesai.
7. Semua pihak yang telah membantu terselesainya laporan

skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan penelitian ini masih banyak kekurangan. Sehingga kritik dan saran dari teman-teman semua sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan laporan sejenis di masa mendatang.

Penulis berharap semoga laporan penelitian yang dibuat dapat bermanfaat bagi teman-teman semuanya.

Pasuruan, 19 Agustus 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL	i
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULIS	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terkait.....	7
2.2 Pangsa Pasar.....	25
2.3 AMDK.....	30
2.4 <i>Markov Chain</i>	34

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Kerangka Konsep pemikiran penelitian.....	41
---	----

3.2 Diagram Alir penelitian.....	42
3.3 Subjek Penelitian.....	43
3.4 Sumber Data.....	43
3.5 Pengumpulan Data	47
3.6 Uji Realibilitas.....	49
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	51
4.2 <i>Analisa Rantai Marcov</i>	64
BAB V. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
- Kuesioner	81
- Hasil Kuesioner	92
- Daftar riwayat Hidup.....	93
- F. Copy Kartu Seminar.....	95
- F. Copy Kartu Bimbingan Skripsi.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pangsa Pasar AMDK.....	3
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	43
Tabel 3.2. Dimensi Kualitas pada AMDK Aqua.....	46
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 4.2 Usia Responden.....	52
Tabel 4.3 Pendidikan Responden.....	54
Tabel 4.4 Pekerjaan Respondent.....	55
Tabel 4.5 Status Tempat Tinggal Responden.....	55
Tabel 4.6 Pendapatan Responden.....	56
Tabel 4.7 Darimanakah Anda Mengetahui Informasi tentang Aqua?.....	57
Tabel 4.8 Dimanakah anda biasanya membeli air minum dalam kemasan merek Aqua?.....	59
Tabel 4.9 Dalam 1 bulan terakhir, seberapa sering anda mengkonsumsi air minum dalam kemasan merk Aqua?.....	61
Tabel 4.10 Bagaimana anda memutuskan dalam membeli air minum dalam kemasan merek Aqua?.....	62
Tabel 4.11 Siapa yang mempengaruhi anda dalam pembelian air minum merek Aqua?.....	63
Tabel 4.12 Pola Perpindahan Merek dari Satu Merek ke Merek Lainnya.....	65
Tabel 4.13 Perhitungan Matriks Probabilitas Transisi.....	66
Tabel 4.14 Probabilitas Transisi.....	66
Tabel 4.15 Prediksi Proporsi Konsumsi Air Minum Dalam Kemasan.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram gap dan posisi penelitian.....	24
Gambar 2.2 Peristiwa dalam Rantai Markov.....	35
Gambar 3.1 Kerangka Konsep Penelitian.....	41
Gambar 3.2 Diagram Alir Penelitian.....	42

