

ABSTRAK

Segmentasi dikenal sebagai usaha untuk membagi suatu populasi menjadi kelompok-kelompok yang dapat dibedakan satu sama lain. Di luar kegiatan bisnis, segmentasi pasar dapat digunakan untuk memasyarakatkan suatu undang-undang baru, melakukan kampanye-kampanye sosial, menyampaikan pesan-pesan politik, menggairahkan kehidupan beragama dan mendidik siswa (Kasali, 1998)

Menggaris bawahi pendapat Kasali di atas, penulis tertarik menulis mengenai segmentasi ini untuk mengetahui informasi mengenai karakter Siswa/i SMU Bina Bakti untuk menyusun program-program pendidikan yang lebih baik. Harapan penulis, pengetahuan tentang segmentasi ini dapat dimanfaatkan lebih lanjut sebagai salah satu bahan kajian dalam penyusunan strategi pengelolaan program pendidikan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2004), tidak ada cara tunggal untuk membuat segmentasi pasar yang baik. Ada beberapa variabel pokok yang sering digunakan sebagai pembeda antara lain adalah geografis, demografis, psikografis dan perilaku. Penulis memilih Gaya Hidup sebagai dasar dari segmentasi.

Peneliti menggunakan metode penelitian uji validitas, uji reabilitas dan *k-means cluster*. Penelitian ini menggunakan sampel secara *convenient sampling*. Dari penelitian ini terlihat bahwa siswa/siswi SMU Bina Bakti Bandung terbagi atas 2 *cluster*, yaitu *cluster 1* dan *cluster 2* dimana responden pada *cluster 1* mereka lebih suka belajar seni, budaya dan sejarah, suka belajar segala sesuatu sekalipun mungkin hal tersebut tidak ada gunanya bagi saya, suka melakukan hal-hal baru dan berbeda, suka dengan rutinitas hidup saya, suka mengerjakan berbagai hal sendirian, menyukai tanggung jawab untuk memimpin sebuah group, menyukai hanya tertarik pada sedikit hal, menyukai berpakaian lebih mengikuti mode dibandingkan kebanyakan orang, menyukai mencoba hal-hal baru, menyukai tantangan untuk melakukan hal-hal yang belum pernah saya lakukan, menyukai suka memimpin orang lain, mengakui bahwa mereka adalah orang yang suka pamer, mengakui bahwa televisi terlalu banyak mempromosikan hal-hal yang kurang sesuai dengan norma susila dan lebih ingin dinilai sebagai orang yang mengikuti mode. Sedangkan pada klaster 2, berpendapat bahwa mereka kurang menyukai/setuju dengan hal-hal yang ada di *cluster 1*.

Berdasarkan kesimpulan atas analisis hasil penelitian, maka penulis menyarankan agar SMU Bina Bakti Bandung dapat terus memperbaharui program-program akademiknya menjadi lebih baik sesuai dengan gaya hidup siswa/i SMU Bina Bakti Bandung dan agar program pendidikan tersebut lebih bermanfaat dan memberikan hasil yang lebih baik.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	3
1.4. Kegunaan Penelitian	3
1.5. Rerangka Pemikiran.....	4
1.6. Tempat dan Waktu Penelitian	4
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	6
2.1. Pengertian Pemasaran	6
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.3. Analisis Lingkungan	7
2.3.1. Analisis Lingkungan Strategis.....	8
2.3.2. Analisis Strategi Pilihan	8
2.4. Pengertian Segmentasi	9
2.5. Fenomena	16
2.6. Fakta.....	16

BAB III. OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1. Objek Penelitian	18
3.2. Metode Penelitian	18
3.3. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	19
3.3.1 Variabel Penelitian	20
3.3.2 Operasional Variabel.....	21
3.4. Sumber Data	22
3.5. Teknik Pengambilan Data.....	22
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.7. Pengujian Validitas dan Reabilitas.....	23
3.8. Metode Analisis Data.....	26
3.9. Jadwal Penelitian dan Tempat.....	26
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1. Karakteristik Responden	27
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	28
4.2 Hasil Penelitian	28
4.3 Uji Validitas dan Reabilitas	29
4.3.1. Uji Validitas	29
4.3.2. Uji Reabilitas.....	30
4.4. Analisis <i>K-Means Cluster</i>	31
4.4.1. <i>ANOVA</i>	31
4.4.2. Analisis Variabel yang Signifikan	32
4.4.3. Final <i>Cluster Centers</i>	33
4.4.4. Variabel <i>Cluster Membership</i>	38
4.4.5. Jumlah Responden Tiap <i>Cluster</i>	42
4.4.6. Melihat Komposisi Usia <i>Cluster</i>	43
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....	45

5.1. Simpulan.....	45
5.2. Saran.....	47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	26
Tabel 4.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	27
Tabel 4.2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	28
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas	29
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas.....	30
Tabel 4.5. <i>K-Means</i> cluster dilihat dari ANOVA	32
Tabel 4.6. <i>Final Cluster Centers</i>	33
Tabel 4.7. <i>Cluster Membership</i>	38
Tabel 4.8 Jumlah Responden Tiap <i>Cluster</i>	42
Tabel 4.9 Komposisi Usia <i>Cluster</i>	43
Tabel 4.10 Komposisi Usia <i>Cluster</i>	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rerangka Pemikiran	5
-------------------------------------	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan *K-Means Clusters*