

ABSTRAK

Segmentasi tidak hanya digunakan dalam kegiatan bisnis saja tetapi bisa juga digunakan di berbagai bidang termasuk pendidikan. Dalam bidang pendidikan, segmentasi dapat digunakan untuk mendapatkan informasi yang berguna mengenai karakteristik peserta didik. Informasi tersebut dapat dijadikan bahan masukan untuk menyusun program-program akademik yang mengakomodasi keunikan karakter peserta didik. Penulis tertarik untuk meneliti segmentasi mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha Bandung Fakultas Seni Rupa dan Desain karena ingin memberikan informasi kepada Universitas Kristen Maranatha Bandung Khususnya Fakultas Seni Rupa dan Desain mengenai karakter mahasiswa/i-nya untuk menyusun program-program akademik yang lebih baik. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mendapatkan gambaran mengenai kegiatan mahasiswa/mahasiswi Universitas Kristen Maranatha Bandung Jurusan Seni Rupa dan Desain Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel gaya hidup sebagai dasar segmentasi. Peneliti menggunakan metode *K-means cluster* dimana peneliti melakukan beberapa uji pendahuluan yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Penelitian ini menggunakan sampel secara *Quota sampling*. Dari penelitian ini terlihat bahwa Mahasiswa/mahasiswi Universitas Kristen Maranatha Bandung Fakultas Seni Rupa dan Desain terbagi ke dalam 4 segmen, yaitu Mahasiswa/Mahasiswi konservatif (30%), konservatif-kreatif (38%), dinamis (4.5%), konservatif-trendsetter (27.5%).

Kata-kata kunci: segmentasi, gaya hidup, *cluster*.

ABSTRACT

Segmentation not only used in just business activity but can be also used in several of areas are entered education. In the field of education, segmentation applicable to gets information that good for hit participant characteristic to educate. Information is referred [as] can be made input materials to compile academic programs that mengakomodasi uniqueness of participant character to educate. I interest to examine students segmentation in Faculty of Fine Arts and Design, Maranatha Christian University Bandung. Because wish informational to Maranatha Christian University, especially Faculty of Fine Arts and Design hits students' character to compile academic programs better. Target is conducted this research to get picture hits students' activity of Faculty of Fine Arts and Design, Maranatha Christian University Bandung. In this research I use life style variable as the elementary segmentation. I use K-means cluster method that I conduct some introduction tests that consist of validity and reliability test. This research uses sampel in Quota sampling. It can be seen that students of Faculty of Fine Arts and Design, Maranatha Christian University Bandung is divided into 4 segments, that is conservative students (30%), conservative-creative students (38%), dynamic students (4.5%), and conservative trendsetter students (27.5%).

Keywords: segmentation, lifestyle, cluster.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3Maksud danTujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	5
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN RERANGKA PEMIKIRAN	 7
2.1 Kajian Pustaka	7

2.1.1. Pengertian Pemasaran	7
2.1.2. Konsep Pemasaran	8
2.1.3. Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.4. Bauran Pemasaran	12
2.1.5. Analisis Lingkungan	15
2.1.5.1. Analisis Lingkungan Strategis	15
2.1.5.2. Analisis Startegi Pilihan	16
2.1.6. Pengertian Segmentasi	19
2.1.7. AIO (<i>Activity, Interst, and Opinion</i>)	25
2.1.7.1. Pengertian AIO	25
2.1.8. VALS (<i>Value and Lifestyle</i>)	26
2.1.8.1. Penegrtian VALS	26
2.1.9. Teori Konservatif-Kreatif-Trendsetter dan Dinamis	29
2.2. Rerangka Pemikiran	33
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Objek Penelitian	35
3.1.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3.2 Metodologi Penelitian	35
3.2.1. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	36
3.2.1.1. Variabel Penelitian	36
3.2.1.2. Operasional Variabel	37
3.2.2. Sumber data	40

3.2.3. Teknik Pengambilan Data	40
3.2.4. Populasi dan Sampel	44
3.2.4.1. Populasi	44
3.2.4.2. Sampel	44
3.2.5. Teknik Analisis Data	45
3.2.6. Alat Analisis	48
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Karakteristik Responden	50
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan IPK	52
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1. Analisis Validitas dan Reliabilitas	53
4.2.1.1. Uji Validitas	53
4.2.1.2. Uji Reliabilitas	55
4.2.2. Analisis <i>K-Means Cluster</i>	58
4.2.3. Analisis Variabel Yang Signifikan	59
4.2.4. <i>Final Cluster</i>	60
4.2.5. Analisis <i>Crosstab</i>	61
4.3 Pembahasan	65
4.3.1. Pembahasan Hasil Analisis <i>K-Means Cluster</i>	66
4.3.2. Pembahasan Hasil Analisis <i>Crosstab</i>	68

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Simpulan	71
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran	10
Gambar 2.2 Empat Komponen P dalam Bauran Pemasaran	14
Gambar 2.3 Bagan Kerangka Pemikiran	34

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Pemasaran	7
Tabel 2.2 Matriks SWOT	17
Tabel 3.1 Operasional Variabel	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan IPK	52
Tabel 4.4 KMO dan Bartlett's Test	53
Tabel 4.5 Reliability Attitude (Sikap)	56
Tabel 4.6 Reliability Interest (Minat)	57
Tabel 4.7 Reliability Opinion (Pendapat)	58
Tabel 4.8 Ringkasan Hasil Analisis <i>K-Means Cluster</i>	59
Tabel 4.9 Final Cluster Center	60
Tabel 4.10 Persentase (Ukuran) Segmen	61
Tabel 4.11 Ringkasan Hasil Analisis <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dan Segmen	62
Tabel 4.12 Ringkasan Hasil Analisis <i>Crosstab</i> Jenis Usia dan Segmen	63
Tabel 4.13 Ringkasan Hasil Analisis <i>Crosstab</i> Jenis IPK dan Segmen	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 (Kuesioner)

Lampiran 2 (Hasil Perhitungan Sampel)

Lampiran 3 (Hasil analisi Validitas dan Reliabilitas, K-Means Cluster dan Analisis Crosstab)

Lampiran 4 (Surat Pernyataan Mangadakan Penelitian Tidak Menggunakan Perusahaan)

Lampiran 5 (Jurnal Panduan)

Lampiran 6 (Curriculum Vitae)