

ABSTRAK

Segmentasi tidak hanya digunakan dalam kegiatan bisnis saja tetapi telah berkembang ke 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 Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi. Penulis ingin memberikan informasi kepada Universitas Kristen Maranatha mengenai karakter mahasiswa/i-nya untuk menyusun program-program akademik yang lebih baik. Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel gaya hidup sebagai dasar segmentasi. Peneliti menggunakan metode analisa *k-means cluster* dimana peneliti melakukan beberapa uji pendahuluan yang terdiri uji reliabilitas dan uji validitas. Penelitian ini menggunakan sampel secara *quota sampling*. Dari penelitian ini terlihat bahwa mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha Bandung terbagi menjadi empat segmen, yaitu pelajar konservatif (40%), pelajar konservatif-kreatif (21.5%), pelajar dinamis (10.5%) dan pelajar konservatif-*trendsetter* (28%).

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

ABSTRACT

Segmentation is not only applied in business sectors, but also in other sectors such as education sectors. In education sectors, segmentation can be utilized to reveal useful information about student's characteristics. Such information can be used as an input to develop academic programs which accommodate unique student's characteristics. We were interested to conduct a segmentation research on accounting student's of Maranatha Christian University because this program is relatively new and still needs information about its student's characteristics in order to develop better academic programs. In this research, we used lifestyle variable as the segmentation base. We used k-means cluster to do the reliability test and validity test. We found that accounting student of Maranatha Christian University were divided into four segments, which we called Conservative Student (40%), Conservative-Creative Student (21.5%), Dynamic Student segment (10.5%), and Conservative-Trendsetter Student segment (28%).

Keywords: segmentation, lifestyle, cluster

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.4. Kegunaan Penelitian	4
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN	5
2.1. Kajian Pustaka	5
2.1.1. Pengertian Pemasaran	5
2.1.2. Konsep Pemasaran	7
2.1.3. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.4. Bauran Pemasaran	9
2.1.5. Analisis Lingkungan	13
2.1.5.1. Analisis Lingkungan Strategis	13
2.1.5.2. Analisis Strategi Pilihan	14
2.1.6. Pengertian Segmentasi	16

2.1.7. AIO (<i>Activity, Interest, and Opinion</i>)	21
2.1.7.1. Pengertian AIO	21
2.1.8. VALS(<i>Value and Lifestyle</i>)	22
2.1.8.1. PengertianVALS	22
2.1.9. Teori Konservatif, Teori Konservatif-Kreatif, Teori Dinamis, dan Teori Konservatif-Trendsetter	26
2.2. Kerangka Pemikiran	29
BAB III. OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Objek Penelitian	31
3.2. Metodologi Penelitian	31
3.2.1. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	32
3.2.1.1. Variabel Penelitian	32
3.2.1.2. Operasionalisasi Variabel	32
3.2.2. Sumber Data	35
3.2.3. Populasi dan sample	35
3.2.3.1. Metode Pengambilan Sample	36
3.2.4. Teknik Analisis Data	38
3.2.4.1. Tes Validitas dan Reliabilitas	38
3.2.4.2. Analisis <i>K-means Cluster</i>	41
3.2.4.3. Analisis <i>Crosstab</i>	41
3.2.5. Alat Analisis	41

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Karakteristik Responden	43
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Ipk	45
4.2. Hasil Penelitian	45
4.2.1. Uji Validitas	45
4.2.2. Uji Reliabilitas	47
4.2.3. Analisis K-Means Cluster	50
4.2.4. Analisis Crosstab Jenis Kelamin, ipk dan Segmen	52
4.3. Pembahasan	56
4.3.1. Pembahasan Hasil Analisis <i>K-Means Cluster</i>	56
4.3.2. Pembahasan Hasil Analisis Crosstab	60
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	 61
5.1. Simpulan	61
5.2 Saran	63
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Pemasaran	5
Tabel 2.2 Matriks SWOT	15
Tabel 3.1 Operasional Variabel	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Ipk	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4.5 Uji Realibilitas Attitude.....	48
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Interest	49
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Opinion	50
Tabel 4.8 Ringkasan Hasil <i>Analisis K-Means Cluster</i>	52
Tabel 4.9 Persentase (ukuran) Segmen	52
Tabel 4.10 Ringkasan Hasil Analisis <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dan Segmen	53
Tabel 4.11 Ringkasan Hasil Analisis <i>Crosstab Jenis</i> Usia	54
Tabel 4.12 Ringkasan Hasil Analisis <i>Crosstab Jenis</i> Ipk	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran	8
Gambar 2.2 Empat Komponen P dalam Bauran Pemasaran	12
Gambar 2.3 Bagan Kerangka Pemikiran	27

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 (KUESIONER)
- LAMPIRAN 2 (HASIL PERHITUNGAN SAMPEL)
- LAMPIRAN 3 (HASIL ANALISIS UJI VALIDITAS, UJI RELIABILITAS, *K-MEANS CLUSTER* DAN ANALISIS *CROSSTAB*)

**SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN
TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN**

Kepada,
Yth. Sunjoyo, S.E., Si.
Ketua Jurusan Manajemen
Universitas Kristen Maranatha
Jl. Prof. drg. Suria Sumantri, MPH. No. 65
Bandung 40164 – Jawa Barat

Melalui surat ini, Saya memberitahukan bahwa:

Nama: Galih Putra
NRP: 0352340
Jurusan: Manajemen
Alamat: Dago Pakar Permai no. 51

Telah melakukan pra survey/ penelitian/ pengumpulan data tidak pada perusahaan, melainkan melalui penelitian responden dengan menyebarkan kuesioner dan data diperoleh dari mahasiswa/I Universitas Kristen Maranatha Bandung.

Menyatakan,
Dosen Pembimbing

Bandung, juni 2009

Ariesya Aprillia, S.E., M.Si.

Galih Putra