

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Segmentasi adalah usaha untuk membagi suatu populasi menjadi kelompok-kelompok yang dapat dibedakan satu sama lain (Kotler dan Amstrong, 2004). Salah satu cabang ilmu yang banyak mengambil manfaat dari segmentasi adalah pemasaran. Dalam pemasaran dikenal istilah segmentasi pasar yang berarti usaha untuk membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok yang dapat dibedakan satu sama lain dalam hal kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang mungkin akan memerlukan produk-produk dan strategi pemasaran tertentu untuk menjangkaunya (Kotler dan Amstrong, 2004).

Untuk meningkatkan indeks prestasi mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Kristen Maranatha dapat dilakukan dengan beberapa cara, salah satu adalah dengan melakukan segmentasi atau membagi mahasiswa/i ke dalam kelompok-kelompok dan respon atau reaksi mereka terhadap program pembelajaran. Sehingga dapat diketahui gaya hidup yang dilakukan oleh mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Kristen Maranatha.

Menurut Kasali (1998) para peneliti pasar yang menganut pendekatan gaya hidup cenderung mengklasifikasikan konsumen berdasarkan variabel-variabel AIO, yaitu aktifitas, *interest*/minat, dan opini.

Dalam pembagian segmen terbagi menjadi 4 segmen, yaitu: Teori Konservatif, Teori Konservatif-Kreatif, Teori Dinamis, dan Teori Konservatif-Trendsetter.

Penelitian ini menganalisis segmentasi gaya hidup pada mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha Bandung terhadap 20 pertanyaan mengenai sikap, minat, dan pendapatnya tentang gaya hidup. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survey dengan mengaplikasikan analisis uji validitas, reliabilitas, *k-means cluster* dan analisis *crosstab*.

Penelitian ini menggunakan metode *quota sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden. Hal ini berdasarkan pendapat Hair et.al (1992:98-99) yang menetapkan bahwa ukuran sampel minimal untuk analisis faktor adalah 10x jumlah variabel. Terkait jumlah variabel yang digunakan yaitu sebanyak 20 pertanyaan, maka jumlah sampel minimal adalah $10 \times 20 = 200$ responden. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan cara memberikan kuesioner. Responden yang dikumpulkan yaitu sebanyak 200 responden.

Berdasarkan pembahasan pada bab IV sebelumnya, mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha Bandung terbagi ke dalam 4 segmen, yaitu pelajar konservatif (30%), pelajar konservatif-kreatif (19%), Pelajar dinamis (20.5%), dan pelajar konservatif-trendsetter (30.5%).

Ditinjau dari segi umur, secara umum mahasiswa/i yang berumur 17-21 tahun, cenderung pelajar yang konservatif, kreatif, dinamis, dan *trendsetter*. mahasiswa/i pada umur 17-21 tahun adalah usia yang secara umum mengalami perkembangan yang pesat dalam perkembangan diri.

5.2. Saran

Bagi pembaca, sebaiknya melakukan penelitian lebih lanjut terhadap nilai-nilai yang sebenarnya dianut oleh mahasiswa/i konservatif, mahasiswa/i konservatif-kreatif, mahasiswa/i dinamis dan mahasiswa/i konservatif-*trendsetter* pada mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha Jurusan Akuntansi Bandung. Penelitian lanjutan lainnya yang perlu dilakukan adalah mencari cara pelajar menghabiskan waktu, dan menggali kegiatan yang mereka gemari secara lebih mendalam.

Sedangkan bagi institusi Universitas Kristen Maranatha Bandung, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan kurikulum dan umumnya untuk perkembangan manajemen pendidikan di masa mendatang, yang mampu mengakomodasi nilai-nilai dinamis, konservatif, konservatif-kreatif dan konservatif-*trendsetter*. Juga perlu dipikirkan upaya untuk mendorong pelajar konservatif supaya lebih dinamis dan kreatif.