

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 Ekonomi Manajemen. Karena ingin memberikan informasi kepada Universitas Kristen Maranatha Bandung Khususnya Fakultas Ekonomi Manajemen mengenai karakter Mahasiswa/i-nya untuk menyusun program-program akademik yang lebih baik. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mendapatkan gambaran mengenai kegiatan mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha Bandung Jurusan Manajemen 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/i Universitas Kristen Maranatha Bandung Fakultas Ekonomi Manajemen terbagi ke dalam 4 segmen, yaitu Mahasiswa/i konservatif (27.5%), konservatif-kreatif (35.5%), dinamis (14%), konservatif *trendsetter* (23%).

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 uniqueness of participant character to educate. Writer interests to examine segmentation student Christian University Maranatha Bandung Faculty Economy Managment. Because wish informational to Christian University Maranatha Bandung Khususnya Faculty Economy Managment hits character student-its to compile academic programs better. Target is conducted this research to get picture hits students' activity/coed of Christian University Maranatha Bandung Dalam this research writer uses life style variable as [the] elementary segmentation. Researcher uses method K-means cluster where researcher conducts some introduction tests that consist of validity test and test reliabilitas. This Research uses sampel in Quota sampling. From this research seen that Mahasiswa/coed of Christian University Maranatha Bandung Fakultas Fine arts and Desain is divided into 4 segments, that is Mahasiswa/i conservative (27.5%), conservative-creative (35.5%), dynamic (14%), conservative trendsetter (23%).

Keywords: segmentation, lifestyle, Cluster

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	2
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Kegunaan Penelitian.....	4
 BAB II. KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA 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.....	9
2.1.4. Bauran Pemasaran	10
2.1.5. Analisis Lingkungan.....	12
2.1.5.1. Analisis Lingkungan Strategis.....	13
2.1.5.2. Analisis Startegi Pilihan	13
2.1.6. Pengertian Segmentasi.....	16
2.1.7. AIO (<i>Activity, Interst, and Opinion</i>).....	21
2.1.7.1. Pengertian AIO	21
2.1.8. VALS (Value and Lifestyle).....	22
2.1.8.1. Penegrtian VALS	22
2.1.9. Teori Konservatif, Konservatif-Kreatif, Dinamis, Konservatif Trendsetter	25
2.2. Kerangka Pemikiran	27
 BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	 29
3.1. Objek Penelitian	29
3.1.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
3.2. Metodologi Penelitian	29
3.2.1. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	30
3.2.1.1. Variabel Penelitian.....	30
3.2.1.2. Operasionalisasi Variabel.....	31
3.2.2. Sumber data.....	33
3.2.3. Teknik Pengambilan Data	33

3.2.4. Populasi dan Sampel.....	34
3.2.4.1. Populasi	34
3.2.4.2. Sampel.....	35
3.2.5. Teknik Analisis Data	35
3.2.6. Alat Analisis.....	38
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1. Karakteristik Responden.....	41
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Ipk.....	43
4.2. Hasil Penelitian	43
4.2.1. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	44
4.2.1.1. Uji Validitas.....	44
4.2.1.2. Uji Reliabilitas.....	46
4.2.2. Analisis K-Means Cluster	50
4.2.3. Analisis Crosstab	52
4.3. Pembahasan.....	55
4.3.1. Pembahasan Hasil Analisis K-Means Cluster.....	56
4.3.2. Pembahasan Hasil Analisis Crosstab.....	58
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1. Simpulan	60
5.2. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Definisi Pemasaran	5
Tabel 2.2	Matriks SWOT	14
Tabel 3.1	Operasional Variabel	31
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Ipk.....	43
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.5	Reliability Attitude (Sikap).....	47
Tabel 4.6	Reliability Interest (Minat).....	48
Tabel 4.7	Reliability Opinion (Pendapat).....	49
Tabel 4.8	Ringkasan Hasil <i>Analisis K-Means Cluster</i>	50
Tabel 4.9	Persentase (ukuran) Segmen	51
Tabel 4.10	Ringkasan Hasil Analisis <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dan Segmen.....	52
Tabel 4.11	Ringkasan Hasil Analisis <i>Crosstab Jenis</i> Usia	53
Tabel 4.12	Ringkasan Hasil Analisis <i>Crosstab Jenis</i> Ipk	54

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.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	(Kuesioner)	66
Lampiran 2	(Hasil Perhitungan Sampel)	68
Lampiran 3	(Hasil analisi Validitas dan Reliabilitas, K-Means Cluster dan Analisis Crosstab)	69
Lampiran 4	(Surat Pernyataan Mangadakan Penelitian Tidak Menggunakan Perusahaan)	81
Lampiran 5	(Jurnal Panduan)	82