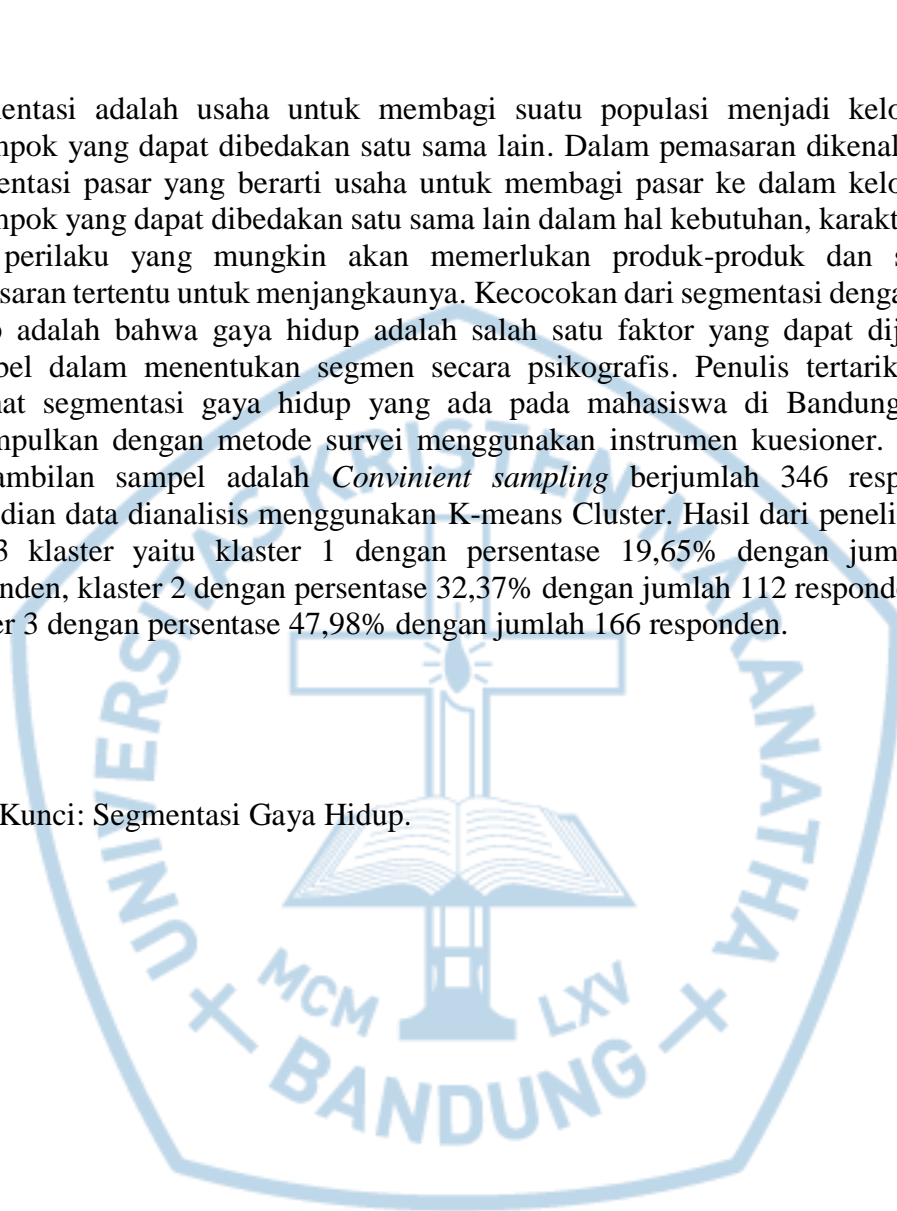


## ABSTRAK

Segmentasi adalah usaha untuk membagi suatu populasi menjadi kelompok-kelompok yang dapat dibedakan satu sama lain. 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. Kecocokan dari segmentasi dengan gaya hidup adalah bahwa gaya hidup adalah salah satu faktor yang dapat dijadikan variabel dalam menentukan segmen secara psikografis. Penulis tertarik untuk melihat segmentasi gaya hidup yang ada pada mahasiswa di Bandung. Data dikumpulkan dengan metode survei menggunakan instrumen kuesioner. Teknik pengambilan sampel adalah *Convinient sampling* berjumlah 346 responden, kemudian data dianalisis menggunakan K-means Cluster. Hasil dari penelitian ini ada 3 klaster yaitu klaster 1 dengan persentase 19,65% dengan jumlah 68 responden, klaster 2 dengan persentase 32,37% dengan jumlah 112 responden, dan klaster 3 dengan persentase 47,98% dengan jumlah 166 responden.

Kata Kunci: Segmentasi Gaya Hidup.



## ABSTRACT

Segmentation is an attempt to divide the population into groups that can be distinguished from each other. In marketing is the term segmentation means that efforts to divide the market into groups that can be distinguished from each other in terms of needs, characteristics, or behavior may require the products and specific marketing strategies to reach them. Compatibility of lifestyle segmentation is that lifestyle is one factor that can be used as a variable in determining the segment psychographics. Authors interested to see the lifestyle segmentation collage students in Bandung. Data collected by survey method using a questionnaire. The sampling technique is *convinient sampling* amount 346 respondents, then the data were analyzed using K-means Cluster. The results of this study there are three clusters, that is cluster 1 with a percentage of 19.65% with amount 68 respondents, cluster 2 with a percentage of 32.37% with amount 112 respondents, and cluster 3 with a percentage of 47.98% with amount 166 respondents.

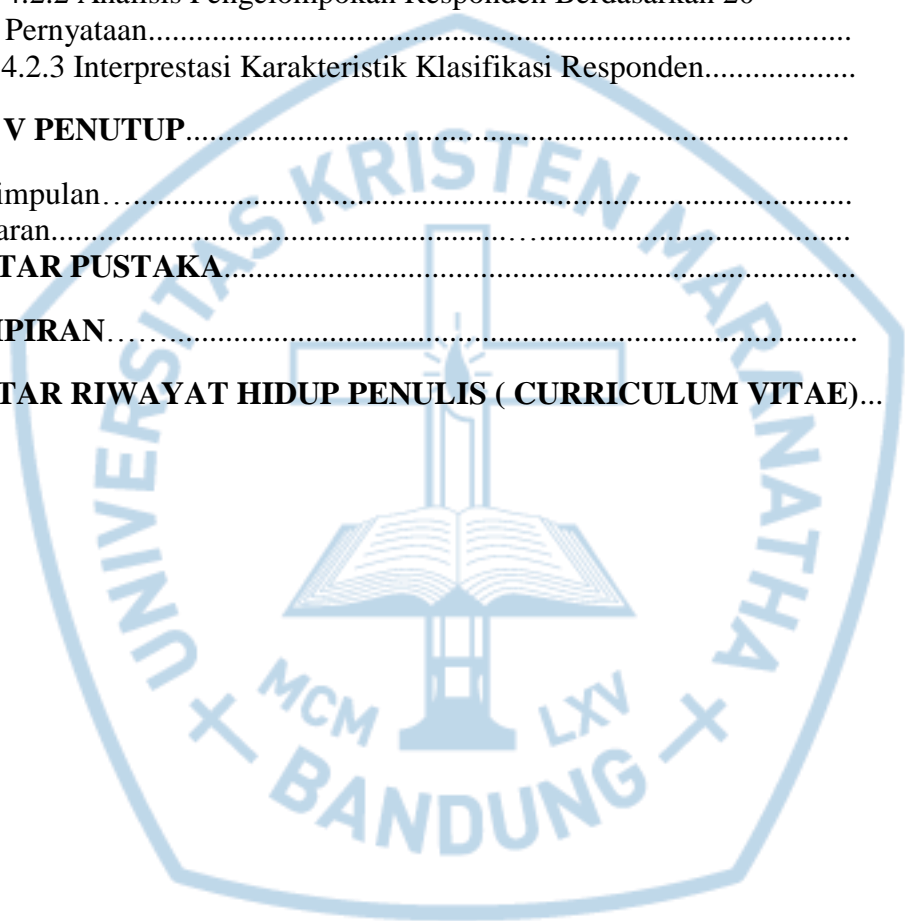
*Keywords: Lifestyle Segmentation.*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PENYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	5
2.1 Kajian Pustaka.....	5
2.1.1 Pemasaran.....	5
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.3 Segmentasi.....	6
2.1.4 Gaya Hidup.....	8
2.1.5 Faktor-Faktor Pembentuk Lifestyle (Gaya Hidup).....	9
2.1.6 Metode AIOs (Activity, Interest, Opinion).....	13
2.1.7 Vals (Value and Lifestyle).....	14
2.2 Riset Empiris.....	17
2.3 Rerangka Teoritis.....	20
2.4 Rerangka Pemikiran.....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Populasi dan Sampel.....	23
3.3 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Teknik Analisis Data.....	26

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	28
4.1.1 Hasil Tabulasi Data.....	28
4.1.2 Hasil Uji Validitas.....	51
4.1.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
4.2 Pembahasan.....	53
4.2.1 Pembentukan Pertama pada K-Means Cluster.....	53
4.2.2 Analisis Pengelompokan Responden Berdasarkan 20 Pernyataan.....	55
4.2.3 Interpretasi Karakteristik Klasifikasi Responden.....	57
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>66</b>
5.1 Simpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>71</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS ( CURRICULUM VITAE)...</b>	<b>98</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Teoritis.....	20
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran.....	22



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lima Perguruan Tinggi Terbaik di Bandung.....	2
Tabel 1.1 Riset Empiris.....	17
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi.....	28
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	30
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan IPK.....	31
Tabel 4.6 Frekuensi Pernyataan Nomor 1.....	32
Tabel 4.7 Frekuensi Pernyataan Nomor 2.....	33
Tabel 4.8 Frekuensi Pernyataan Nomor 3.....	34
Tabel 4.9 Frekuensi Pernyataan Nomor 4.....	35
Tabel 4.10 Frekuensi Pernyataan Nomor 5.....	36
Tabel 4.11 Frekuensi Pernyataan Nomor 6.....	37
Tabel 4.12 Frekuensi Pernyataan Nomor 7.....	38
Tabel 4.13 Frekuensi Pernyataan Nomor 8.....	39
Tabel 4.14 Frekuensi Pernyataan Nomor 9.....	40
Tabel 4.15 Frekuensi Pernyataan Nomor 10.....	41
Tabel 4.16 Frekuensi Pernyataan Nomor 11.....	42
Tabel 4.17 Frekuensi Pernyataan Nomor 12.....	43
Tabel 4.18 Frekuensi Pernyataan Nomor 13.....	44
Tabel 4.19 Frekuensi Pernyataan Nomor 14.....	45
Tabel 4.20 Frekuensi Pernyataan Nomor 15.....	46
Tabel 4.21 Frekuensi Pernyataan Nomor 16.....	47
Tabel 4.22 Frekuensi Pernyataan Nomor 17.....	48
Tabel 4.23 Frekuensi Pernyataan Nomor 18.....	49
Tabel 4.24 Frekuensi Pernyataan Nomor 19.....	50
Tabel 4.25 Frekuensi Pernyataan Nomor 20.....	51
Tabel 4.26 Hasil Uji KMO and Barlett's.....	52
Tabel 4.27 Hasil Uji Reliabilitas 20 Variabel <i>Item</i> Pernyataan.....	53
Tabel 4.28 <i>Initial Cluster Centers</i> .....	54
Tabel 4.29 <i>Iteration</i> .....	55
Tabel 4.30 Hasil Pengelompokan 346 Responden.....	56
Tabel 4.31 ANOVA.....	58
Tabel 4.32 <i>Final Cluster Centers</i> .....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner.....	72
Lampiran B Analisis Deskriptif Profil Responden dan Variabel .....	75
Lampiran C Hasil Pengolahan SPSS.....	84
Lampiran D Hasil Uji Validitas.....	96
Lampiran E Hasil Uji Reliabilitas.....	97

