

ABSTRAK

Segmentasi bertujuan untuk memberikan kepuasan pada Pelanggan dalam semua segmen segmen melalui pelayanan yang sebaik-baiknya sesuai dengan semua segmen yang ada. Melalui segmentasi pasar, diharapkan dapat mengelompokkan pasar yang besar dan heterogen ke dalam segmen- segmen yang kecil, sehingga dapat dijangkau oleh pemilik usaha secara efisien dan lebih efektif dengan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen pada segmen tersebut. Jenis penelitian ini adalah bersifat kuantitatif dan kualitatif, jenis penelitian tersebut untuk mengetahui besar segmentasi pasar dengan menggunakan *cluster* di warung pecel lele nusantara. Dalam tahapan pengumpulan data akan dilakukan dengan cara melalui proses pengumpulan data yang menggunakan metode kuesioner, yang digunakan untuk pengambilan data. Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang diambil populasi sebesar 102.851, maka dengan tingkat kesalahan 5% dihasilkan perhitungan sampel sebanyak 143 dan dilakukan pengambilan data sebanyak 150 data. Dari semua variable diatas yaitu makanan yang paling disukai, makanan lain yang di beli, serta tingkat kepentingan rasa dapat di ketahui segmentasi Warung Penyetan Nusantara dilihat dari segmentsi demografis dapat di ketahui segmenya adalah konsumen dengan pendapatan menengah kebawah. Karena hasil dari semua variable adalah Rp.700.000 sampai Rp.3.000.000. dan dapat dilihat dari hasil segmentasi psikografis juga segmen pasar Warung Penyetan Nusantara juga menengah kebawah dengan mengetahui pengeluaran belanja perhari sebesar Rp.10.000 sampai Rp.80.000.

Kata kunci: Analisis segmentasi pasar, Analisis klaster

ABSTRACT

Segmentation aims to give satisfaction to customers in all segments of the segment through services that best suits all existing segments. Through market segmentation, is expected to be a large market and classifies heterogeneous into small segments, so that it can be reached by business owners efficiently and more effectively with products that suit the needs of the consumer in the segment. Type of this research is quantitative and qualitative in nature, this type of research is to find out the big market segmentation by using cluster in pecel lele Nusantara. In the stage of data collection will be done in a way through the process of collecting the data using the method of the questionnaire, which is used for data retrieval. To determine the number of samples taken from the population a population of 102,851, then with a 5% error rate calculation generated samples as much as 143 and done as many as 150 data retrieval of data. From all the above variable that is the most preferred foods, other foods are purchased, as well as the importance of a sense of segmentation in the know can Stall Penyetan Archipelago seen from segmentsi segmenya in the know can demographic are consumers with middle income down. Because the result of all the variable is Rp.700,000 up to Rp.3,000,000. and can be seen from the results of the segmentation psikografis also Penyetan Nusantara Stalls market segment also medium down with mengetahui spending spending per day amounting to Rp. 10.000 to Rp 80,000

Keywords: market segmentation Analysis, Cluster Analysis

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, kami panjatkan puji syukur pada Allah SWT sebagai ungkapan rasa syukur, sehingga kami dapat menyelesaikan penelitian Tugas Akhir beserta laporannya. Tugas Akhir (Skripsi) merupakan salah satu mata kuliah wajib yang berbobot lima SKS dan juga merupakan syarat untuk meraih gelar akademis dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) di Fakultas Teknik jurusan Teknik Industri Universitas Trunojoyo Madura.

Terselesaikannya Tugas Akhir ini penulis mengucapkan terima kasih atas semua bantuan dan bimbingan dari semua pihak selama penyusunan laporan, terutama kepada :

1. Kedua orang tua saya yang senantiasa berkorban untuk mendidik dan segala pengorbanan yang telah dilakukan dan tidak akan tergantikan oleh apapun. serta semua keluarga saya yang telah mendukung dengan sepenuh hati.
2. Kedua dosen pembimbing Bapak Sugeng Purwoko, S.T., M.T. yang senang tiasa membimbing dalam pengerjaan laporan dari awal sampai selesai.
3. Terimakasih kepada semua dosen Teknik Industri Universitas Trunojoyo yang mengajarkan teori-teori dan matakuliah mengenai Teknik Industri
4. Terimakasih Sugianti, Ersas, Desi, Gilang, Guntor, Teman-teman dan semua orang yang telah memberikan dukungan moral dan tenaganya sehingga laporan ini mampu terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari laporan ini, baik dari materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Demikian akhirnya, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan mohon maaf apabila terdapat kesalahan baik dalam pengetikan, penyampaian maupun hasil pengamatan. Penulis berharap semoga laporan kerja praktek ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	iii
Lembar Pernyataan	iv
Persembahan	v
Abstrak.....	vii
<i>Abstract</i>	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi	x
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Manfaat Penelitian	2
1.5 Batasan Masalah.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Dasar Pemasaran	4
2.2 Segmentasi Pasar (<i>Segmenting</i>)	5
2.3 Manfaat Segmentasi Pasar	7
2.4 Tahapan Segmentasi Pasar	8
2.5 Kriteriaan Memilih Target Pasar	9
2.6 Penelitian Terdahulu	10
BAB III METODE PENELITIAN.....	14
3.1 Jenis Penelitian.....	14
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	14
3.3 Jenis dan Tipe Data.....	14

3.4 Teknik Pengumpulan Data	14
3.5 Populasi dan Sampel	14
3.5.1 Populasi.....	14
3.5.2 Sampel	15
3.6 Metode Penyelesaian.....	17
3.6.1 Analisis Klaster (Cluster).....	17
3.7 Flowchart Penelitian.....	18
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Sampling.....	19
4.2 Hasil Analisis Deskriptif Frekuensi.....	19
4.2.1 Deskriptif Variabel Makanan Di Sukai	19
4.2.2 Deskriptif Variabel Makanan Lain Yang Di Beli	20
4.2.3 Deskriptif Variabel Tingkat Kepentingan Rasa.....	21
4.3 Analisis Klaster (Cluster)	22
4.3.1 Analisis Klaster Hirarki	23
4.3.2 Analisis Klaster Non Hirarki	26
4.3.3 <i>Crosstabulation</i>	32
4.4 Analisis Segmentasi Pasar	36
4.4.1 Segmentasi Pasar Makanan Yang Paling Disukai	36
4.4.2 Segmentasi Pasar Makanan Lain Yang Dibeli	37
4.4.3 Segmentasi Pasar Tingkat Kepentingan Rasa.....	37
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	39
5.1. Kesimpulan.....	39
5.2. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Strategi strategi perencanaan, implementasi dan pengontrolan	5
Gambar 2.2 Variabel segmentasi pemasaran	7
Gambar 3.3 Prosedur Analisis Klaster	17
Gambar 3.4. <i>Flowchart</i> Penelitian	18

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Penentuan Sampel Dengan Taraf Kesalahan 1%,5% dan 10% ..	16
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Frekuensi Makanan Di Sukai.....	19
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Frekuensi Makanan Lain Yang Di Beli Di Sukai ..	20
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Frekuensi Tingkat Kepentingan Rasa	21
Tabel 4.5 <i>Agglomeration Schedule</i>	22
Tabel 4.6 <i>Cluster Membership</i>	23
Tabel 4.7 <i>Initial Cluster Center</i>	26
Tabel 4.8 <i>Iteration History</i>	27
Tabel 4.9 <i>Final Cluster Center</i>	28
Tabel 4.10 Rekapitan kesimpulan <i>final cluster</i>	28
Tabel 4.11 Data <i>Descriptive Statistics</i>	29
Tabel 4.12 Tafsiran Setiap <i>Cluster</i>	29
Tabel 4.13 F tabel.....	31
Tabel 4.14 ANOVA	31
Tabel 4.15 Jumlah Anggota Setiap <i>Cluster</i>	32
Tabel 4.16 <i>Crosstabulation</i> Makanan yang disukai.....	32
Tabel 4.17 <i>Crosstabulation</i> Makanan lain yang di beli	34
Tabel 4.18 <i>Crosstabulation</i> Tingkat Kepentingan Rasa	35