

**ANALISIS SEGMENTASI PADA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA (UMY)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Oleh:

PURNA VANITA

20020410336

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2006

**ANALISIS SEGMENTASI PADA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA (UMY)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh :

**PURNA VANITA
20020410336**

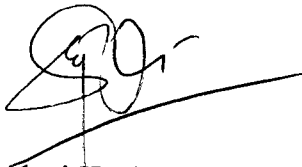
**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2006**

SKRIPSI
ANALISIS SEGMENTASI PADA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA (UMY)

Diajukan Oleh

Purna Vanita
20020140336

Telah Disetujui Dosen Pembimbing



Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE, M.Si.
NIK : 143038

Tanggal : 5 Agustus 2006

SKRIPSI
ANALISIS SEGMENTASI PADA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA (UMY)

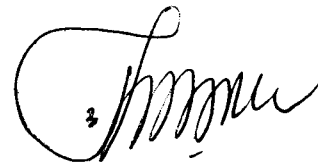
Diajukan oleh

Purna Vanita
20020140336

Skripsi ini telah dipertahankan dan Disyahkan di depan Dewan Penguji Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 30 Agustus 2006
Yang terdiri dari

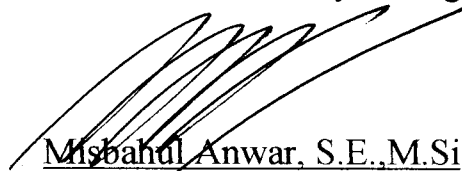


Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E.,M.Si.
Ketua Tim Penguji



Dra. Tri Maryati,MM
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Misbahul Anwar, S.E.,M.Si
NIK: 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 5 Agustus 2006

Purna Vanita

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi sikap dan mengidentifikasi ada tidaknya perbedaan sikap mahasiswa/ mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) pada masing-masing segmen berdasarkan variabel-variabel yang mempengaruhi mereka memilih Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) dan berdasarkan gaya hidup.

Dasar segmentasi pasar yang digunakan adalah psikografis dan perilaku dengan melakukan penekanan pada variabel gaya hidup yang berkaitan dengan aktivitas, minat dan opini mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY). Metode pendekatan dalam pensegmentasian pasar dengan menggunakan metode Cluster atau Post Hoc.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2005/2006 dengan jumlah responden sebanyak 300 orang. Pengambilan sampel dengan menggunakan metode Stratified Sampling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap mahasiswa / mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) pada masing-masing segmen berdasarkan variabel-variabel yang mempengaruhi mereka memilih Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) dan gaya hidup adalah positif karena nilai segmen berdasarkan *final cluster center* masing-masing variabel lebih besar dari 3 dan terbukti ada perbedaan persepsi antar mahasiswa/ mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) pada masing-masing segmen berdasarkan variabel-variabel yang mempengaruhi mereka memilih Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) dan gaya hidup. Dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 0.05.

Kata kunci : Segmentasi pasar, Cluster, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)

ABSTRACT

This research has purpose to identify the difference of attitude university student of Muhammadiyah Yogyakarta University (UMY) in the each segment according variables that influence their select Muhammadiyah Yogyakarta University (UMY) and life style .

The based on marketing segmentation this research make use of psychografist and behavior with pressing on life style variable interrelated of activity, interest and opinion from university student of Muhammadiyah Yogyakarta University. In the research approach method on the marketing segmentation has Cluster method or Post hoc .

Population in the research is generation 2005/2006 university student of Muhammadiyah Yogyakarta University with total respondents 300 people. The sample interpretation wih using Stratified Sampling Method .

The result of the research indicate that attitude university student of Muhammadiyah Yogyakarta University (UMY) in the each segment according variables that influence their select Muhammadiyah Yogyakarta University (UMY) and life style is positive because segment value according final Cluster Center in the each variables over that three and it means all respondent have a positive attitude to variables that influence their select Muhammadiyah Yogyakarta University (UMY) and life style with 0.05 significance value.

Key word : Segmentation, Cluster, Muhammadiyah Yogyakarta University (UMY).

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah, serta ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi yang berjudul “ **Analisis Segmentasi Pada Perguruan Tinggi (Studi kasus pada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)** ” dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, penelitian dan penulisan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada Yth. :

1. Bapak Dr. Khoirudin Bashori, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta..
2. Bapak Misbahul Anwar, S. E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta..
3. Ibu Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Isthofaina Astuti, S.E.,M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik.

4. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang , motivasi dan pengorbanan baik moral maupun materi untuk menyelesaikan studi dengan baik.
5. Semua Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah banyak membekali ilmu pengetahuan yang berguna bagi penulis.
6. Semua pihak, yang mungkin terlupakan dan tak dapat penulis sebutkan, yang telah membantu demi terselesaikannya penelitian dan penulisan skripsi ini.

Sebagai manusia biasa penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Harapan dan doa penulis, semoga Allah SWT berkenan memberikan balasan yang berlipat atas segala bantuan tersebut. Tak lupa penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan kemajuan ilmu pengetahuan pada umumnya.

Wassalammu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 5 Agustus 2006

Purna Vanita

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
1. Segmentasi Pasar	7
2. Keunggulan dan kelemahan segmentasi pasar	8

3. Variabel-variabel utama segmentasi	9
4. Strategi Pemasaran	10
5. Strategi-strategi Segmentasi Pasar	11
6. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	13
7. Prosedur dan Metode Pensegmentasian Pasar	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu	15
BAB III METODE PENELITIAN	19
A. Obyek dan Subyek Penelitian	19
B. Jenis dan Sumber Data	19
C. Populasi dan Teknik Sampling	19
D. Variabel Penelitian	20
E. Alat Ukur Variabel Penelitian	20
F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	21
G. Analisis Data	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	24
A. Gambaran Umum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	24
B. Gambaran Umum Responden	29
C. Uji Kevalidan Data	29
D. Hasil penyebaran kuesioner.....	34
E. Karakteristik Responden.....	35
F. Uji Data.....	38
G. Pembahasan.....	42

BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN MASALAH DAN SARAN....	62
A. Simpulan	62
B. Keterbatasan Masalah	63
C. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN