

INTISARI

Segmentasi pasar dilakukan untuk membagi pasar yang sangat heterogen kedalam kelompok-kelompok atau segmen-segmen pasar yang lebih homogen. Dengan melakukan segmentasi pasar, perusahaan dapat mengidentifikasi segmen pasar paling menarik yang dapat dilayani lebih efektif daripada pesaingnya, dan merencanakan strategi-strategi pemasaran yang sesuai dengan pasar sasaran.

Segmentasi pasar dapat dilakukan menggunakan dasar segmentasi geografis, demografis, psikografis dan perilaku. Dalam penelitian ini dasar segmentasi yang digunakan adalah demografis dan perilaku, sedangkan untuk melakukan analisis, digunakan analisis faktor, analisis kluster dan tabulasi silang. Dari analisis faktor didapat delapan faktor dari dua puluh dua variabel yang direduksi, dan analisis kluster didapatkan empat kluster dimana masing-masing kluster diberinama segmen I, segmen II, segmen III dan segmen IV. Dari keempat segmen tersebut, segmen I mempunyai komposisi terbanyak berjumlah 68 responden dengan karakteristik : konsumen yang mementingkan faktor kemudahan mendapatkan manfaat, sebagian besar laki-laki, usia antara 26-30 tahun, sebagai mahasiswa, dengan pendapatan antara Rp701.000-Rp1000.000, tidak menggunakan jasa dokter dalam merawat kulit, dan menggunakan sabun lifebuoy dua kali sehari.

Kata kunci : segmentasi pasar

ABSTRACT

Market segmentation is an effort of dividing the heterogeneous market into view smaller segments of homogeneous market. Market segmentation allows the company to identify the most interesting market for its products, so that it can serve more effective than any other competitors. Moreover, the company would be able to plan better strategies of marketing for its segments.

Market segmentation could be delivered through geographical segmentation, demographical segmentation, psychographical segmentation and segmentation of behaviors. The research is including the demographical segmentation and segmentation of behaviors. For the analysis, there were factorial analysis, cluster analysis and crosstab analysis. According to the factorial analysis the researcher found that there are eighth factor from twenty two variable on reduced variable and cluster analysis, the researcher found four cluster, there are segment I, segment II, segment II, segment IV. Base on this four cluster, segment I have much composition or more dominant which have 68 respondents who making account of easier to get benefit. Most of male, student 26-30 years old, with income between Rp.701.000 up to Rp. 1.000.000, did not using doctor treatment especially for their skin, and using lifebuoy twice a day.

Keyword : *market segmentation.*