

## ANALISIS SEGMENTASI PASAR USAHA FURNITURE CV IRIAN'S INDAH DI TIMIKA

**Murlin Andaka**

STIE Jambatan Bulan

[Andakamurlin@gmail.com](mailto:Andakamurlin@gmail.com)

**Muh. Sabir \***

STIE Jambatan Bulan

[muhsabir891@gmail.com](mailto:muhsabir891@gmail.com)

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to determine how the market segmentation of CV Irian's Indah furniture business is carried out. The types of data used in this study are quantitative and qualitative data. The data collection techniques used are interviews, observation, and questionnaires. The analysis tool used in this study is factor analysis. Based on the analysis and discussion, it can be concluded that the crosstab analysis shows that the most dominant gender with geographical segmentation is female with geographical segmentation indicating rural areas. The demographic crosstab analysis with psychographic segmentation shows that female respondents are more dominant in choosing local city brands as psychographic segmentation. The demographic cross-tab analysis with behavioural segmentation shows that women dominate in choosing quality as behavioural segmentation. The demographic cross-tab analysis with future preference segmentation shows that women dominate in choosing neutral as future preference.*

**Keywords:** Demographic Segmentation, Geographic Segmentation, Psychographic Segmentation, and Behavioural Segmentation.

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana segmentasi pasar usaha di mebel CV Irian's Indah. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara, observasi dan pembagian koesioner. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis faktor. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan disimpulkan bahwa analisis crosstab menunjukkan bahwa jenis kelamin dengan segmentasi geografis yang paling mendominan yaitu jenis kelamin perempuan dengan segmentasi geografi yang menunjukkan daerah pedesaan. analisis crosstab demografi dengan segmentasi psikografi mendapatkan hasil yaitu jenis kelamin dengan psikografi menunjukkan bahwa perempuan yang lebih mendominasi dengan memilih merek lokal kota sebagai segmentasi psikografi. analisis crosstab demografi dengan segmentasi perilaku mendapatkan hasil yaitu jenis kelamin dengan perilaku menunjukkan bahwa perempuan yang lebih mendominasi dengan memilih kualitas sebagai segmentasi perilaku. analisis crosstab demografi dengan segmentasi preferensi masa depan mendapatkan hasil yaitu jenis kelamin dengan preferensi

masa depan menunjukkan bahwa perempuan yang lebih mendominasi dengan memilih netral sebagai preferensi masa depan.

**Kata kunci:** Segmentasi Demografis, Segmentasi Geografis, Segmentasi Psikografis dan Segmentasi Perilaku.

## Pendahuluan

Menurut Ebert (Sembiring 2014: 2) Bisnis merupakan sekelompok orang yang memiliki tujuan memperoleh keuntungan, dengan mengelola barang agar menghasilkan barang yang bagus dan layak. Bisnis juga merupakan kegiatan yang berkaitan dan tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia, perkembangan dan kemajuan yang sekarang ini semakin pesat menuntut semua lapisan dan golongan masyarakat baik dari kalangan atas, menengah, hingga bawah melakuakan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dan mengarah ke dunia bisnis. Di dalam melakukan bisnis, ada beberapa hal yang harus diperhatikan agar bisnis dapat berjalan dengan lancar dan berkembang yakni hemat dalam pengeluaran, sisihkan sebagian keuntungan untuk memperbesar modal, mampu menarik investor, membuat rencana keuangan dalam jangka waktu tertentu, dan mengelola keuangan bisnis dengan baik.

Menurut Saydam (2006: 1) Bisnis adalah semua kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih, yang terorganisir dalam mencari laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat, sedangkan pembisnis yaitu orang yang melakukan usaha tersebut. Pembisnis juga sangat dituntut untuk cekatan, ulet, terutama memiliki jiwa yang kreatif karena jika pembisnis memiliki jiwa yang kreatif akan banyak inovasi dan trobosan baru serta melakukan strategi pemasaran salah satunya segmentasi pasar, dengan melakukan segmentasi yang tepat akan membuat usahanya semakin maju salah satunya usaha dalam bidang furniture.

Furniture merupakan barang perabotan yang diperlukan dalam rumah atau ruangan dan berguna untuk memberikan nilai guna dan nilai keindahan bagi pemilik maupun yang melihatnya, furniture juga merupakan barang atau benda yang dapat di pindah-pindah, digunakan untuk melengkapi semua sudut rumah, ruang kantor dan sebagainya. Furniture juga termasuk perlengkapan ruangan yang meliputi semua barang seperti meja, sofa, buffet dan masih banyak lagi. Kebutuhan aksesoris rumah atau furniture cukup berperan penting maka dari itu menjadi bagian primer dari keindahan rumah. Dari jenis furniture yang harganya tinggi hingga yang masuk kategori biasa saja, itu tidak menjadi sebuah masalah agar rumah terlihat indah dan rapi. Furniture dan rumah seperti dua hal yang tidak bisa di pisahkan karena tanpa furniture, kedua unsur ini mempunyai peranan yang sangat vital dalam keindahan sebuah rumah serta seni sebuah rumah atau ruangan. Arti furniture rumah adalah sebagai penyempurna dari penampilan serta mencerminkan keindahan sebuah rumah. Furniture juga tidak hanya untuk menunjang keindahan sebuah rumah atau ruangan tetapi juga mempunyai beberapa manfaat tersendiri yang bisa menunjang

sebuah karya seni dalam rumah dan terlihat lebih sempurna, bahkan ketika menggunakan dapat mengubah pandangan mata sehingga terlihat lebih menarik dengan seketika, dengan demikian bisnis furniture merupakan salah satu usaha yang mempunyai peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat.

Timika merupakan kota yang mengalami pertumbuhan pembangunan yang cukup pesat, dapat dilihat dari bertambah banyak didirikannya bangunan-bangunan seperti pusat perbelanjaan, perhotelan, perkantoran, restoran, dan mebel. Perkembangan dan pertumbuhan kota Timika tidak lepas dari berbagai usaha mikro, kecil, menengah dan banyak memproduksi berbagai macam barang bahkan jasa karena sangat diinginkan oleh masyarakat salah satunya usaha furniture, karena seiring perkembangan industri di kota Timika yang cukup pesat maka usaha furniture semakin banyak juga pesaing dalam bidang usaha yang sama.

Perusahaan di Timika yang bergerak dibidang furniture yaitu CV Irian's Indah yang berlokasi di Sp 2 jalan coklat menyediakan dan menawarkan pada konsumen segala jenis dan bentuk furniture seperti kursi, meja makan, lemari, sofa, kitchen set, buffet, tempat tidur, dan lain-lain. CV Irian's Indah didirikan di Timika pada tahun 1997 oleh Bapak Agustinus Davidz sebagai pengelola dan pemilik. Adapun data penjualan.

**Tabel 1.1 Data Penjualan CV Irian's Indah**

| No | Tahun/Periode 2019/ 2023 | Penjualan     |
|----|--------------------------|---------------|
| 1  | 2019                     | 1,237.652.000 |
| 2  | 2020                     | 997.623.000   |
| 3  | 2021                     | 1.018.851.000 |
| 4  | 2022                     | 973.902.000   |
| 5  | 2023                     | 917.320.000   |

Sumber :Data diolah 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat dilihat data penjualan dari periode 2019-2023 mengalami penurunan yang signifikan, hal ini tentunya jika tidak diatasi segera akan memberikan efek buruk kepada perusahaan yaitu kesulitan memperoleh laba dan kesulitan ini akan mengarah pada kebangkrutan atau kegagalan menjalankan aktifitas operasional. Maka sebab itu dalam penelitian ini perlu dilakukannya Segmentasi untuk mencegah hal-hal yang tidak diinginkan terjadi. penelitian ini menggunakan segmentasi pasar berdasarkan geografis, demografis, psikografis dan perilaku karena belum terciptanya segmentasi pasar yang baik dan sempurna sehingga berdampak pada penjualan yang kurang stabil dari usaha furniture mebel CV Irian's Indah sehingga perlu dilakukannya segmentasi pasar yang lebih tepat untuk mampu bersaing dengan usaha furniture lain dan mampu bertahan dalam persaingan usaha yang semakin ketat.

Sesuai dengan hasil penjabaran latar belakang di atas, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Segmentasi Pasar Usaha Furnitur CV Irian’s Indah Di Timika.

### Metode Penelitian

Menurut Nazir (Ibrahim *et al.*, 2018:46) metode deskriptif dapat diartikan sebagai suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta antar fenomena yang diselidiki.

### Hasil dan Pembahasan

#### Analisis Data

Analisis crosstab (tabulasi silang) merupakan metode untuk mentabulasikan beberapa variabel yang berbeda ke dalam suatu matriks. Hasil tabulasi silang disajikan ke dalam suatu tabel dengan variabel yang tersusun sebagai kolom dan baris. Hasil crosstab yang diolah pada SPSS disajikan pada berikut ini.

Hasil Crosstab Segmentasi Demografis Dengan Geografi

Hasil crosstab jenis kelamin dengan geografi

Tabel 5.1  
Jenis kelamin dengan geografi

|               |           |                        | Crosstab |       | Total  |
|---------------|-----------|------------------------|----------|-------|--------|
|               |           |                        | GEOGRAFI |       |        |
| JENIS KELAMIN | LAKI-LAKI | Count                  | 9        | 40    | 49     |
|               |           | % within JENIS KELAMIN | 18,4%    | 81,6% | 100,0% |
|               | PEREMPUAN | Count                  | 12       | 39    | 51     |
|               |           | % within JENIS KELAMIN | 23,5%    | 76,5% | 100,0% |
| Total         |           | Count                  | 21       | 79    | 100    |
|               |           | % within JENIS KELAMIN | 21,0%    | 79,0% | 100,0% |

Sumber: Data Diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara jenis kelamin dengan segmentasi geografis. Pada tabel silang jenis kelamin dengan segmentasi geografis menunjukkan bahwa jenis kelamin perempuan maupun laki-laki lebih mendominasi daerah perdesaan dibandingkan daerah perkotaan.

Hasil crosstab usia dengan segmentasi geografis

Tabel 5.2  
Crosstab usia dengan segmentasi geografi

| Crosstab    |               |               |          |        |        |        |
|-------------|---------------|---------------|----------|--------|--------|--------|
|             |               |               | GEOGRAFI |        | Total  |        |
| USIA        | 25-34 TAHUN   | Count         | KOTA     | DESA   |        |        |
|             |               | % within USIA | 66,7%    | 33,3%  | 100,0% |        |
| 35-44 TAHUN | Count         | 13            | 37       | 50     | 50     |        |
|             | % within USIA | 26,0%         | 74,0%    | 100,0% | 100,0% |        |
| 45-54 TAHUN | Count         | 4             | 31       | 35     | 35     |        |
|             | % within USIA | 11,4%         | 88,6%    | 100,0% | 100,0% |        |
| 55-64 TAHUN | Count         | 2             | 10       | 12     | 12     |        |
|             | % within USIA | 16,7%         | 83,3%    | 100,0% | 100,0% |        |
| Total       |               | Count         | 21       | 79     | 100    | 100    |
|             |               | % within USIA | 21,0%    | 79,0%  | 100,0% | 100,0% |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara usia dengan segmentasi geografi. Pada tabel diatas menunjukkan bahwa usia yang paling mendominasi adalah usia 35-44 tahun dengan geografis yang ditunjukkan yaitu desa.

Hasil crosstab pendidikan terakhir dengan geografi

Tabel 5.3  
Crosstab pendidikan terakhir dengan geografi

| Crosstab            |         |                              |          |       |        |  |
|---------------------|---------|------------------------------|----------|-------|--------|--|
|                     |         |                              | GEOGRAFI |       | Total  |  |
| PENDIDIKAN TERAKHIR | SD      | Count                        | 4        | 6     |        |  |
|                     |         | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 40,0%    | 60,0% | 100,0% |  |
|                     | SMP     | Count                        | 5        | 15    | 20     |  |
|                     |         | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 25,0%    | 75,0% | 100,0% |  |
|                     | SMA/SMK | Count                        | 2        | 27    | 29     |  |

|         |                              |                              |       |        |        |
|---------|------------------------------|------------------------------|-------|--------|--------|
|         |                              | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 6,9%  | 93,1%  | 100,0% |
| DIPLOMA | Count                        | 5                            | 16    | 21     |        |
|         | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 23,8%                        | 76,2% | 100,0% |        |
| SARJANA | Count                        | 5                            | 15    | 20     |        |
|         | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 25,0%                        | 75,0% | 100,0% |        |
| Total   | Count                        | 21                           | 79    | 100    |        |
|         | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 21,0%                        | 79,0% | 100,0% |        |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara pendidikan terakhir dengan segmentasi geografi. Pada tabel diatas menunjukkan bahwa pendidikan terakhir yang paling mendominasi adalah SMA/SMK dengan geografis yang ditunjukan yaitu desa.

Hasil crosstab perkerjaan dengan geografi.

**Tabel 5.4**  
**Crosstab perkerjaan dengan geografi**

| <b>Crosstab</b> |                    |                    |          |       |        |
|-----------------|--------------------|--------------------|----------|-------|--------|
|                 |                    |                    | GEOGRAFI |       | Total  |
|                 |                    |                    | KOTA     | DESA  |        |
| PEKERJAAN       | KARYAWAN SWASTA    | Count              | 3        | 17    | 20     |
|                 |                    | % within PEKERJAAN | 15,0%    | 85,0% | 100,0% |
|                 | PEGAWAI NEGERI     | Count              | 7        | 28    | 35     |
|                 |                    | % within PEKERJAAN | 20,0%    | 80,0% | 100,0% |
|                 | WIRUSAHA           | Count              | 10       | 33    | 43     |
|                 |                    | % within PEKERJAAN | 23,3%    | 76,7% | 100,0% |
|                 | PELAJAR/MA HASISWA | Count              | 1        | 1     | 2      |

|       |                    |                    |       |       |        |
|-------|--------------------|--------------------|-------|-------|--------|
|       |                    | % within PEKERJAAN | 50,0% | 50,0% | 100,0% |
| Total | Count              |                    | 21    | 79    | 100    |
|       | % within PEKERJAAN |                    | 21,0% | 79,0% | 100,0% |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara perkerjaan dengan segmentasi geografi. Pada tabel diatas menunjukan bahwa pekerjaan yang paling mendominasi adalah wirausaha dengan geografis yang ditunjukan yaitu desa.

Hasil crosstab perkerjaan dengan geografi.

Tabel 5.5.  
Crosstab perkerjaan dengan geografi

| Crosstab    |                               |                      |          |        |        |  |
|-------------|-------------------------------|----------------------|----------|--------|--------|--|
|             |                               |                      | GEOGRAFI |        | Total  |  |
|             |                               |                      | KOTA     | DESA   |        |  |
| PENGHASILAN | <Rp. 3.000.000                | Count                | 2        | 2      | 4      |  |
|             |                               | % within PENGHASILAN | 50,0%    | 50,0%  | 100,0% |  |
|             | Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000   | Count                | 12       | 37     | 49     |  |
|             |                               | % within PENGHASILAN | 24,5%    | 75,5%  | 100,0% |  |
|             | Rp 5.000.000 - 10.000.000     | Count                | 6        | 31     | 37     |  |
|             |                               | % within PENGHASILAN | 16,2%    | 83,8%  | 100,0% |  |
|             | Rp 10.000.000 - Rp 15.000.000 | Count                | 0        | 8      | 8      |  |
|             |                               | % within PENGHASILAN | 0,0%     | 100,0% | 100,0% |  |
|             | > Rp 15.000.000               | Count                | 1        | 1      | 2      |  |
|             |                               | % within PENGHASILAN | 50,0%    | 50,0%  | 100,0% |  |
| Total       |                               | Count                | 21       | 79     | 100    |  |
|             |                               | % within PENGHASILAN | 21,0%    | 79,0%  | 100,0% |  |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara penghasilan dengan segmentasi geografi. Pada tabel diatas menunjukan bahwa penghasilan yang paling mendominasi adalah Rp 3.000.000 sampai dengan Rp 5.000.000 dengan geografis yang ditunjukan yaitu desa.

Hasil Crosstab Segmentasi Demografis Dengan Psikografi

Hasil crosstab jenis kelamin dengan psikografi

Tabel 5.6  
Crosstab jenis kelamin dengan psikografi

| <b>Crosstab</b>  |                   |                           |                                    |  |                                |        |  |
|------------------|-------------------|---------------------------|------------------------------------|--|--------------------------------|--------|--|
|                  |                   |                           | <b>PSIKOGRAFI</b>                  |  |                                | Total  |  |
|                  |                   |                           | LEBIH<br>MEMILIH<br>MEREK<br>LOKAL | LEBIH<br>MEMILIH<br>MEREK<br>LOKAL<br>KOTA | TIDAK<br>ADA<br>PREFE<br>RENSI |        |  |
| JENIS<br>KELAMIN | LAKI-<br>LAKI     | Count                     | 20                                 | 22   | 7                              | 49     |  |
|                  |                   | % within JENIS<br>KELAMIN | 40,8%                              | 44,9%                                      | 14,3%                          | 100,0% |  |
|                  | PERE<br>MPUA<br>N | Count                     | 18                                 | 24   | 9                              | 51     |  |
|                  |                   | % within JENIS<br>KELAMIN | 35,3%                              | 47,1%                                      | 17,6%                          | 100,0% |  |
| Total            |                   | Count                     | 38                                 | 46   | 16                             | 100    |  |
|                  |                   | % within JENIS<br>KELAMIN | 38,0%                              | 46,0%                                      | 16,0%                          | 100,0% |  |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara jenis kelamin dengan segmentasi psikografi. Pada tabel diatas menunjukan bahwa jenis kelamin yang paling mendominasi adalah perempuan dengan psikografi yang ditunjukan yaitu memilih merek lokal kota.

Hasil crosstab usia dengan psikografi

Tabel 5.7  
Crosstab usia dengan psikografi

| <b>Crosstab</b> |  |            |
|-----------------|--|------------|
|                 |  | PSIKOGRAFI |
|                 |  | Total      |
|                 |  |            |

|      |                |               | LEBIH<br>MEMILIH<br>MEREK<br>LOKAL | LEBIH<br>MEMILIH<br>MEREK<br>LOKAL<br>KOTA | TIDAK<br>ADA<br>PREFERENSI |        |
|------|----------------|---------------|------------------------------------|--|----------------------------|--------|
| USIA | 25-34<br>TAHUN | Count         | 1                                  | 0  | 2                          | 3      |
|      |                | % within USIA | 33,3%                              | 0,0%                                       | 66,7%                      | 100,0% |
|      | 35-44<br>TAHUN | Count         | 21                                 | 20   | 9                          | 50     |
|      |                | % within USIA | 42,0%                              | 40,0%                                      | 18,0%                      | 100,0% |
|      | 45-54<br>TAHUN | Count         | 9                                  | 22   | 4                          | 35     |
|      |                | % within USIA | 25,7%                              | 62,9%                                      | 11,4%                      | 100,0% |
|      | 55-64<br>TAHUN | Count         | 7                                  | 4  | 1                          | 12     |
|      |                | % within USIA | 58,3%                              | 33,3%                                      | 8,3%                       | 100,0% |
|      | Total          |               | 38                                 | 46   | 16                         | 100    |
|      |                |               | 38,0%                              | 46,0%                                      | 16,0%                      | 100,0% |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara usia dengan segmentasi psikografi. Pada tabel diatas menunjukkan bahwa usia yang paling mendominasi adalah 33 sampai dengan 44 tahun dengan psikografi yang ditunjukkan yaitu memilih merek lokal.

Hasil crosstab pendidikan terakhir dengan psikografi

**Tabel 5.8**  
**Crosstab pendidikan terakhir dengan psikografi**

| Crosstab            |         |                              |                                    |  |                            |        |
|---------------------|---------|------------------------------|------------------------------------|--|----------------------------|--------|
|                     |         |                              | PSIKOGRAFI                         |  |                            | Total  |
|                     |         |                              | LEBIH<br>MEMILIH<br>MEREK<br>LOKAL | LEBIH<br>MEMILIH<br>MEREK<br>LOKAL<br>KOTA | TIDAK<br>ADA<br>PREFERENSI |        |
| PENDIDIKAN TERAKHIR | SD      | Count                        | 4                                  | 3  | 3                          | 10     |
|                     |         | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 40,0%                              | 30,0%                                      | 30,0%                      | 100,0% |
|                     | SMP     | Count                        | 4                                  | 12   | 4                          | 20     |
|                     |         | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 20,0%                              | 60,0%                                      | 20,0%                      | 100,0% |
|                     | SMA/SMK | Count                        | 13                                 | 12   | 4                          | 29     |
|                     |         | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 44,8%                              | 41,4%                                      | 13,8%                      | 100,0% |
|                     | DIPLOMA | Count                        | 7                                  | 10   | 4                          | 21     |
|                     |         | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 33,3%                              | 47,6%                                      | 19,0%                      | 100,0% |

|       |         |                              |       |       |       |        |
|-------|---------|------------------------------|-------|-------|-------|--------|
|       | SARJANA | Count                        | 10    | 9     | 1     | 20     |
|       |         | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 50,0% | 45,0% | 5,0%  | 100,0% |
| Total |         | Count                        | 38    | 46    | 16    | 100    |
|       |         | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 38,0% | 46,0% | 16,0% | 100,0% |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara pendidikan terakhir dengan segmentasi psikografi. Pada tabel diatas menunjukkan bahwa pendidikan terakhir yang paling mendominasi adalah SMA/SMK dengan psikografi yang ditunjukkan yaitu memilih merek lokal yaitu sebesar 44,8%.

Hasil crosstab pekerjaan dengan psikografi

Tabel 5.9  
Crosstab pekerjaan dengan psikografi

| <b>Crosstab</b> |                   |                    |                                    |  |                                |        |  |
|-----------------|-------------------|--------------------|------------------------------------|--|--------------------------------|--------|--|
|                 |                   |                    | <b>PSIKOGRAFI</b>                  |  |                                | Total  |  |
|                 |                   |                    | LEBIH<br>MEMILIH<br>MEREK<br>LOKAL | LEBIH<br>MEMILIH<br>MEREK<br>LOKAL<br>KOTA | TIDAK<br>ADA<br>PREFE<br>RENSI |        |  |
| PEKERJAAN       | KARYAWAN SWASTA   | Count              | 6                                  | 12   | 2                              | 20     |  |
|                 |                   | % within PEKERJAAN | 30,0%                              | 60,0%                                      | 10,0%                          | 100,0% |  |
|                 | PEGAWAI NEGERI    | Count              | 17                                 | 12   | 6                              | 35     |  |
|                 |                   | % within PEKERJAAN | 48,6%                              | 34,3%                                      | 17,1%                          | 100,0% |  |
|                 | WIRUSAHA          | Count              | 13                                 | 22   | 8                              | 43     |  |
|                 |                   | % within PEKERJAAN | 30,2%                              | 51,2%                                      | 18,6%                          | 100,0% |  |
|                 | PELAJAR/MAHASISWA | Count              | 2                                  | 0  | 0                              | 2      |  |
|                 |                   | % within PEKERJAAN | 100,0%                             | 0,0%                                       | 0,0%                           | 100,0% |  |
| Total           |                   | Count              | 38                                 | 46   | 16                             | 100    |  |
|                 |                   | % within PEKERJAAN | 38,0%                              | 46,0%                                      | 16,0%                          | 100,0% |  |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara pekerjaan dengan segmentasi psikografi. Pada tabel diatas menunjukkan bahwa pekerjaan yang paling mendominasi adalah wirausaha dengan segementasi psikografi yang ditunjukkan yaitu memilih merek lokal kota yaitu sebesar 51,2%.

Hasil crosstab penghasilan dengan psikografi

Tabel 5.10  
Crosstab penghasilan dengan psikografi

|                     |                                     |                         | Crosstab                           |  |                                | Total  |  |
|---------------------|-------------------------------------|-------------------------|------------------------------------|--|--------------------------------|--------|--|
|                     |                                     |                         | LEBIH<br>MEMILIH<br>MEREK<br>LOKAL | LEBIH<br>MEMILIH<br>MEREK<br>LOKAL<br>KOTA | TIDAK<br>ADA<br>PREFE<br>RENSI |        |  |
| PENG<br>HASIL<br>AN | <Rp. 3.000.000                      | Count                   | 4                                  | 0  | 0                              | 4      |  |
|                     |                                     | % within<br>PENGHASILAN | 100,0%                             | 0,0%                                       | 0,0%                           | 100,0% |  |
|                     | Rp 3.000.000 -<br>Rp 5.000.000      | Count                   | 16                                 | 25   | 8                              | 49     |  |
|                     |                                     | % within<br>PENGHASILAN | 32,7%                              | 51,0%                                      | 16,3%                          | 100,0% |  |
|                     | Rp 5.000.000 -<br>10.000.000        | Count                   | 14                                 | 16   | 7                              | 37     |  |
|                     |                                     | % within<br>PENGHASILAN | 37,8%                              | 43,2%                                      | 18,9%                          | 100,0% |  |
|                     | Rp 10.000.000<br>- Rp<br>15.000.000 | Count                   | 4                                  | 4  | 0                              | 8      |  |
|                     |                                     | % within<br>PENGHASILAN | 50,0%                              | 50,0%                                      | 0,0%                           | 100,0% |  |
|                     | > Rp<br>15.000.000                  | Count                   | 0                                  | 1  | 1                              | 2      |  |
|                     |                                     | % within<br>PENGHASILAN | 0,0%                               | 50,0%                                      | 50,0%                          | 100,0% |  |
| Total               |                                     | Count                   | 38                                 | 46   | 16                             | 100    |  |
|                     |                                     | % within<br>PENGHASILAN | 38,0%                              | 46,0%                                      | 16,0%                          | 100,0% |  |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara penghasilan dengan segmentasi psikografi. Pada tabel diatas menunjukan bahwa penghasilan yang paling mendominasi adalah Rp 3.000.000-Rp 5.000.000 dengan psikografi yang ditunjukan yaitu memilih merek lokal kota yaitu sebesar 51%.

Hasil Crosstab Segmentasi Demografis Dengan Perilaku

Hasil crosstab jenis kelamin dengan perilaku

Tabel 5.11  
crosstab jenis kelamin dengan perilaku

|  |           |       | Crosstab     |       |    | Total |
|--|-----------|-------|--------------|-------|----|-------|
|  |           |       | PERILAKU     |       |    |       |
|  |           | HARGA | KUALITA<br>S | MEREK |    |       |
|  | LAKI-LAKI | Count | 16           | 22    | 11 | 49    |

|               |           |                        |       |       |       |        |
|---------------|-----------|------------------------|-------|-------|-------|--------|
| JENIS KELAMIN |           | % within JENIS KELAMIN | 32,7% | 44,9% | 22,4% | 100,0% |
|               | PEREMPUAN | Count                  | 10    | 21    | 20    | 51     |
| Total         |           | % within JENIS KELAMIN | 19,6% | 41,2% | 39,2% | 100,0% |
|               |           | Count                  | 26    | 43    | 31    | 100    |
|               |           | % within JENIS KELAMIN | 26,0% | 43,0% | 31,0% | 100,0% |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara jenis kelamin dengan segmentasi perilaku. Pada tabel diatas menunjukan bahwa jenis kelamin yang paling mendominasi adalah perempuan dengan segmentasi perilaku yang ditunjukan yaitu kualitas sebesar 41,2%.

Hasil crosstab usia dengan perilaku

Tabel 5.11  
Crosstab usia dengan perilaku

| Crosstab    |               |               |          |        |        |        |
|-------------|---------------|---------------|----------|--------|--------|--------|
|             |               |               | PERILAKU |        |        | Total  |
| USIA        | 25-34 TAHUN   | Count         | 0        | 3      | 0      |        |
|             |               | % within USIA | 0,0%     | 100,0% | 0,0%   | 100,0% |
| 35-44 TAHUN | Count         | 10            | 20       | 20     | 50     |        |
|             | % within USIA | 20,0%         | 40,0%    | 40,0%  | 100,0% |        |
| 45-54 TAHUN | Count         | 16            | 11       | 8      | 35     |        |
|             | % within USIA | 45,7%         | 31,4%    | 22,9%  | 100,0% |        |
| 55-64 TAHUN | Count         | 0             | 9        | 3      | 12     |        |
|             | % within USIA | 0,0%          | 75,0%    | 25,0%  | 100,0% |        |
| Total       |               | Count         | 26       | 43     | 31     | 100    |
|             |               | % within USIA | 26,0%    | 43,0%  | 31,0%  | 100,0% |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara usia dengan segmentasi perilaku. Pada tabel diatas menunjukan bahwa usia yang paling mendominasi adalah 35 sampai dengan 44 tahun dengan segmentasi perilaku yang ditunjukan yaitu kualitas dan merek sebesar 40%.

Hasil *crosstab* pendidikan terakhir dengan perilaku

**Tabel 5.12**  
***Crosstab* pendidikan terakhir dengan perilaku**

|                     |         |                              | Crosstab |          |       | Total  |  |
|---------------------|---------|------------------------------|----------|----------|-------|--------|--|
|                     |         |                              | HARGA    | KUALITAS | MEREK |        |  |
| PENDIDIKAN TERAKHIR | SD      | Count                        | 5        | 2        | 3     | 10     |  |
|                     |         | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 50,0%    | 20,0%    | 30,0% | 100,0% |  |
|                     | SMP     | Count                        | 9        | 7        | 4     | 20     |  |
|                     |         | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 45,0%    | 35,0%    | 20,0% | 100,0% |  |
|                     | SMA/SMK | Count                        | 4        | 16       | 9     | 29     |  |
|                     |         | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 13,8%    | 55,2%    | 31,0% | 100,0% |  |
|                     | DIPLOMA | Count                        | 5        | 9        | 7     | 21     |  |
|                     |         | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 23,8%    | 42,9%    | 33,3% | 100,0% |  |
|                     | SARJANA | Count                        | 3        | 9        | 8     | 20     |  |
|                     |         | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 15,0%    | 45,0%    | 40,0% | 100,0% |  |
| Total               |         | Count                        | 26       | 43       | 31    | 100    |  |
|                     |         | % within PENDIDIKAN TERAKHIR | 26,0%    | 43,0%    | 31,0% | 100,0% |  |

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara pendidikan terakhir dengan segmentasi perilaku. Pada tabel diatas menunjukan

bahwa pendidikan terakhir yang paling mendominasi adalah SMA/SMK dengan segmentasi perilaku yang ditunjukkan yaitu kualitas sebesar 55,2%.

Hasil crosstab pekerjaan dengan perilaku

Tabel 5.13  
Crosstab pekerjaan dengan perilaku

| Crosstab  |                   |                    |          |          |       |        |  |
|-----------|-------------------|--------------------|----------|----------|-------|--------|--|
|           |                   |                    | PERILAKU |          |       | Total  |  |
|           |                   |                    | HARGA    | KUALITAS | MEREK |        |  |
| PEKERJAAN | KARYAWAN SWASTA   | Count              | 7        | 8        | 5     | 20     |  |
|           |                   | % within PEKERJAAN | 35,0%    | 40,0%    | 25,0% | 100,0% |  |
|           | PEGAWAI NEGERI    | Count              | 8        | 15       | 12    | 35     |  |
|           |                   | % within PEKERJAAN | 22,9%    | 42,9%    | 34,3% | 100,0% |  |
|           | WIRUSAHA          | Count              | 10       | 20       | 13    | 43     |  |
|           |                   | % within PEKERJAAN | 23,3%    | 46,5%    | 30,2% | 100,0% |  |
|           | PELAJAR/MAHASISWA | Count              | 1        | 0        | 1     | 2      |  |
|           |                   | % within PEKERJAAN | 50,0%    | 0,0%     | 50,0% | 100,0% |  |
| Total     |                   | Count              | 26       | 43       | 31    | 100    |  |
|           |                   | % within PEKERJAAN | 26,0%    | 43,0%    | 31,0% | 100,0% |  |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara pekerjaan dengan segmentasi perilaku. Pada tabel diatas menunjukkan bahwa pekerjaan yang paling mendominasi adalah wirausaha dengan segementasi perilaku yang ditunjukkan yaitu kualitas sebesar 46,5%.

Hasil crosstab penghasilan dengan perilaku

Tabel 5.14  
Crosstab penghasilan dengan perilaku

| Crosstab    |                             |                      |          |          |       |        |
|-------------|-----------------------------|----------------------|----------|----------|-------|--------|
|             |                             |                      | PERILAKU |          |       | Total  |
|             |                             |                      | HARGA    | KUALITAS | MEREK |        |
| PENGHASILAN | <Rp. 3.000.000              | Count                | 1        | 1        | 2     | 4      |
|             |                             | % within PENGHASILAN | 25,0%    | 25,0%    | 50,0% | 100,0% |
|             | Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000 | Count                | 13       | 21       | 15    | 49     |
|             |                             | % within PENGHASILAN | 26,5%    | 42,9%    | 30,6% | 100,0% |

|       |                               |                      |       |       |       |        |  |
|-------|-------------------------------|----------------------|-------|-------|-------|--------|--|
|       | Rp 5.000.000 - 10.000.000     | Count                | 10    | 17    | 10    | 37     |  |
|       |                               | % within PENGHASILAN | 27,0% | 45,9% | 27,0% | 100,0% |  |
|       | Rp 10.000.000 - Rp 15.000.000 | Count                | 2     | 3     | 3     | 8      |  |
|       |                               | % within PENGHASILAN | 25,0% | 37,5% | 37,5% | 100,0% |  |
|       | > Rp 15.000.000               | Count                | 0     | 1     | 1     | 2      |  |
|       |                               | % within PENGHASILAN | 0,0%  | 50,0% | 50,0% | 100,0% |  |
| Total |                               | Count                | 26    | 43    | 31    | 100    |  |
|       |                               | % within PENGHASILAN | 26,0% | 43,0% | 31,0% | 100,0% |  |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara penghasilan dengan segmentasi perilaku. Pada tabel diatas menunjukan bahwa penghasilan yang paling mendominasi adalah Rp 3.000.000-Rp 5.000.000 dengan segmentasi perilaku yang ditunjukan yaitu kualitas sebesar 42,9%.

Hasil Crosstab Segmentasi Demografis Dengan Preferensi Masa depan  
Hasil crosstab jenis kelamin dengan preferensi masa depan

Tabel 5.15  
Crosstab jenis kelamin dengan preferensi masa depan

| Crosstab      |           |                        |                       |          |        |                |  |
|---------------|-----------|------------------------|-----------------------|----------|--------|----------------|--|
|               |           |                        | PREFERENSI MASA DEPAN |          |        |                |  |
|               |           |                        | SANGAT TERTARIK       | TERTARIK | NETRAL | TIDAK TERTARIK |  |
| JENIS KELAMIN | LAKI-LAKI | Count                  | 1                     | 19       | 23     | 6              |  |
|               |           | % within JENIS KELAMIN | 2,0%                  | 38,8 %   | 46,9 % | 12,2%          |  |
|               | PEREMPUAN | Count                  | 2                     | 18       | 27     | 4              |  |
|               |           | % within JENIS KELAMIN | 3,9%                  | 35,3 %   | 52,9 % | 7,8%           |  |
| Total         |           | Count                  | 3                     | 37       | 50     | 10             |  |
|               |           | % within JENIS KELAMIN | 3,0%                  | 37,0 %   | 50,0 % | 10,0%          |  |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara jenis kelamin dengan segmentasi preferensi masa depan. Pada tabel diatas menunjukkan bahwa jenis kelamin yang paling mendominasi adalah perempuan dengan segmentasi preferensi masa depan yang ditunjukkan yaitu netral sebesar 52,9%.

Hasil crosstab usia dengan preferensi masa depan

Tabel 5.16  
Crosstab usia dengan preferensi masa depan

| Crosstab |                    |               |                       |              |        |                   |        |  |
|----------|--------------------|---------------|-----------------------|--------------|--------|-------------------|--------|--|
|          |                    |               | PREFERENSI MASA DEPAN |              |        |                   |        |  |
|          |                    |               | SANGAT<br>TERTARIK    | TERT<br>ARIK | NETRAL | TIDAK<br>TERTARIK |        |  |
| USIA     | 25-34<br>TAH<br>UN | Count         | 0                     | 2            | 1      | 0                 | 3      |  |
|          |                    | % within USIA | 0,0%                  | 66,7<br>%    | 33,3%  | 0,0%              | 100,0% |  |
|          | 35-44<br>TAH<br>UN | Count         | 2                     | 18           | 25     | 5                 | 50     |  |
|          |                    | % within USIA | 4,0%                  | 36,0<br>%    | 50,0%  | 10,0%             | 100,0% |  |
|          | 45-54<br>TAH<br>UN | Count         | 0                     | 16           | 16     | 3                 | 35     |  |
|          |                    | % within USIA | 0,0%                  | 45,7%        | 45,7%  | 8,6%              | 100,0% |  |
|          | 55-64<br>TAH<br>UN | Count         | 1                     | 1            | 8      | 2                 | 12     |  |
|          |                    | % within USIA | 8,3%                  | 8,3%         | 66,7%  | 16,7%             | 100,0% |  |
| Total    |                    | Count         | 3                     | 37           | 50     | 10                | 100    |  |
|          |                    | % within USIA | 3,0%                  | 37,0%        | 50,0%  | 10,0%             | 100,0% |  |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara usia dengan segmentasi preferensi masa depan. Pada tabel diatas menunjukkan bahwa usia yang paling mendominasi adalah 35 sampai dengan 44 tahun dengan segmentasi preferensi masa depan yang ditunjukkan yaitu netral sebesar 50%.

Hasil crosstab pendidikan terakhir dengan preferensi masa depan

Tabel 5.17  
Crosstab pendidikan terakhir dengan preferensi masa depan

| Crosstab |                       |       |
|----------|-----------------------|-------|
|          | PREFERENSI MASA DEPAN | Total |
|          |                       |       |

|                        |             | SANGA<br>T<br>TERTAR<br>IK         | TERT<br>ARIK | NET<br>RAL | TIDAK<br>TERTAR<br>IK |       |            |  |
|------------------------|-------------|------------------------------------|--------------|------------|-----------------------|-------|------------|--|
| PENDIDIKAN<br>TERAKHIR | SD          | Count                              | 0            | 2          | 6                     | 2     | 10         |  |
|                        |             | % within<br>PENDIDIKAN<br>TERAKHIR | 0,0%         | 20,0%      | 60,0<br>%             | 20,0% | 100,<br>0% |  |
|                        | SMP         | Count                              | 2            | 10         | 7                     | 1     | 20         |  |
|                        |             | % within<br>PENDIDIKAN<br>TERAKHIR | 10,0%        | 50,0%      | 35,0<br>%             | 5,0%  | 100,<br>0% |  |
|                        | SMA/<br>SMK | Count                              | 1            | 12         | 15                    | 1     | 29         |  |
|                        |             | % within<br>PENDIDIKAN<br>TERAKHIR | 3,4%         | 41,4%      | 51,7%                 | 3,4%  | 100,<br>0% |  |
|                        | DIPL<br>OMA | Count                              | 0            | 7          | 11                    | 3     | 21         |  |
|                        |             | % within<br>PENDIDIKAN<br>TERAKHIR | 0,0%         | 33,3%      | 52,4<br>%             | 14,3% | 100,<br>0% |  |
|                        | SARJ<br>ANA | Count                              | 0            | 6          | 11                    | 3     | 20         |  |
|                        |             | % within<br>PENDIDIKAN<br>TERAKHIR | 0,0%         | 30,0%      | 55,0<br>%             | 15,0% | 100,<br>0% |  |
| Total                  |             | Count                              | 3            | 37         | 50                    | 10    | 100        |  |
|                        |             | % within<br>PENDIDIKAN<br>TERAKHIR | 3,0%         | 37,0%      | 50,0<br>%             | 10,0% | 100,<br>0% |  |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara pendidikan terakhir dengan segmentasi preferensi masa depan. Pada tabel diatas menunjukkan bahwa pendidikan terakhir yang paling mendominasi adalah SMA/SMK dengan segmentasi preferensi masa depan yang ditunjukan yaitu netral sebesar 51,7%.

Hasil crosstab pekerjaan dengan preferensi masa depan

Tabel 5.18  
Crosstab pekerjaan dengan preferensi masa depan

| Crosstab      |                    |                       |                        |              |            |                       |            |
|---------------|--------------------|-----------------------|------------------------|--------------|------------|-----------------------|------------|
|               |                    |                       | PREFERENSI MASA DEPAN  |              |            |                       |            |
|               |                    |                       | SANGAT<br>TERTARI<br>K | TERTA<br>RIK | NETR<br>AL | TIDAK<br>TERTARI<br>K |            |
| PEKERJ<br>AAN | KARYAWAN<br>SWASTA | Count                 | 1                      | 6            | 11         | 2                     | 20         |
|               |                    | % within<br>PEKERJAAN | 5,0%                   | 30,0%        | 55,0%      | 10,0%                 | 100,0<br>% |
|               |                    | Count                 | 1                      | 15           | 13         | 6                     | 35         |

|       |                    |                    |      |        |        |       |         |  |
|-------|--------------------|--------------------|------|--------|--------|-------|---------|--|
|       | PEGAWAI NEGERI     | % within PEKERJAAN | 2,9% | 42,9%  | 37,1%  | 17,1% | 100,0 % |  |
|       | WIRAUSAHA          | Count              | 1    | 14     | 26     | 2     | 43      |  |
|       |                    | % within PEKERJAAN | 2,3% | 32,6%  | 60,5 % | 4,7%  | 100,0 % |  |
|       | PELAJAR/MA HASISWA | Count              | 0    | 2      | 0      | 0     | 2       |  |
|       |                    | % within PEKERJAAN | 0,0% | 100,0% | 0,0%   | 0,0%  | 100,0 % |  |
| Total |                    | Count              | 3    | 37     | 50     | 10    | 100     |  |
|       |                    | % within PEKERJAAN | 3,0% | 37,0%  | 50,0 % | 10,0% | 100,0 % |  |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara pekerjaan dengan segmentasi preferensi masa depan. Pada tabel diatas menunjukkan bahwa pekerjaan yang paling mendominasi adalah wirausaha dengan segementasi preferensi masa depan yang ditunjukan yaitu netral sebesar 60,5%.

Hasil crosstab penghasilan dengan preferensi masa depan

Tabel 5.19  
Crosstab penghasilan dengan preferensi masa depan

| Crosstab    |                               |                      |                       |          |        |                |        |  |
|-------------|-------------------------------|----------------------|-----------------------|----------|--------|----------------|--------|--|
|             |                               |                      | PREFERENSI MASA DEPAN |          |        |                | Total  |  |
|             |                               |                      | SANGAT TERTARIK       | TERTARIK | NETRAL | TIDAK TERTARIK |        |  |
| PENGHASILAN | <Rp. 3.000.000                | Count                | 0                     | 2        | 2      | 0              | 4      |  |
|             |                               | % within PENGHASILAN | 0,0%                  | 50,0%    | 50,0%  | 0,0%           | 100,0% |  |
|             | Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000   | Count                | 2                     | 21       | 23     | 3              | 49     |  |
|             |                               | % within PENGHASILAN | 4,1%                  | 42,9%    | 46,9%  | 6,1%           | 100,0% |  |
|             | Rp 5.000.000 - 10.000.000     | Count                | 1                     | 11       | 19     | 6              | 37     |  |
|             |                               | % within PENGHASILAN | 2,7%                  | 29,7%    | 51,4%  | 16,2%          | 100,0% |  |
|             | Rp 10.000.000 - Rp 15.000.000 | Count                | 0                     | 3        | 4      | 1              | 8      |  |
|             |                               | % within PENGHASILAN | 0,0%                  | 37,5%    | 50,0%  | 12,5%          | 100,0% |  |
|             | > Rp 15.000.000               | Count                | 0                     | 0        | 2      | 0              | 2      |  |
|             |                               | % within PENGHASILAN | 0,0%                  | 0,0%     | 100,0% | 0,0%           | 100,0% |  |
| Total       |                               | Count                | 3                     | 37       | 50     | 10             | 100    |  |
|             |                               | % within PENGHASILAN | 3,0%                  | 37,0%    | 50,0%  | 10,0%          | 100,0% |  |

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas merupakan hasil analisis yang dilakukan dengan menyilang antara penghasilan dengan segmentasi preferensi masa depan. Pada tabel diatas menunjukkan bahwa penghasilan yang paling mendominasi adalah Rp 3.000.000-Rp 5.000.000 dengan segemnetasi preferensi masa depan yang ditunjukan yaitu netral sebesar 46,9%.

## **Pembahasan**

### Segmentasi Demografi Dengan Geografi

Hasil perhitungan dengan menggunakan analisis crosstab menunjukkan bahwa jenis kelamin dengan segmentasi geografis yang paling mendominan yaitu jenis kelamin perempuan dengan segmentasi geografi yang menunjukkan daerah pedesaan. Hasil crosstab usia dengan segmentasi geografi yang paling mendominan yaitu usia 35-44 tahun yang memilih daerah pedesaan. Hasil crosstab pendidikan terakhir dengan segmentasi geografi menunjukkan SMK/SMA yang lebih mendominan didaerah pedesaan. Hasil crosstab pekerjaan dengan segmentasi geografi menunjukkan bahwa wirausaha lebih mendominan dengan menunjukan segmentasi geografi yaitu pedesaan. Dan hasil crosstab penghasilan dengan segmentasi geografi menunjukkan bahwa penghasilan 3.000.000 – 5.000.000 lebih mendominasi.

### Segmentasi Demografi Dengan Psikografi

Pada hasil perhitungan analisis crosstab demografi dengan segmentasi psikografi mendapatkan hasil yaitu jenis kelamin dengan psikografi menunjukkan bahwa perempuan yang lebih mendominasi dengan memilih merek lokal kota sebagai segmentasi psikografi. Hasil crosstab usia dengan psikografi menunjukkan bahwa usia 35-44 tahun lebih mendominasi dengan memilih segmentasi psikografi yaitu lebih memilih merek lokal kota. Hasil crosstab pendidikan terakhir dengan psikografi menunjukkan bahwa yang paling mendominasi terkait pendidikan yaitu SMK/SMA yang lebih memilih merek lokal. Hasil crosstab pekerjaan dengan segmentasi psikografi menunjukkan bahwa pekerjaan wirausaha lebih memilih merek lokal kota. Dan crosstab penghasilan dengan segmentasi psikografi yang paling mendominasi yaitu penghasilan 3.000.000 sampai 5.000.000 yang lebih memilih merek lokal kota.

### Segmentasi Demografi Dengan Perilaku

Pada hasil perhitungan analisis crosstab demografi dengan segmentasi perilaku mendapatkan hasil yaitu jenis kelamin dengan perilaku menunjukkan bahwa perempuan yang lebih mendominasi dengan memilih kualitas sebagai segmentasi perilaku. Hasil crosstab usia dengan perilaku menunjukkan bahwa usia 35-44 tahun lebih mendominasi dengan memilih kualitas dan merek sebagai segmentasi perilaku. Hasil crosstab pendidikan terakhir dengan perilaku menunjukkan bahwa yang paling

mendominasi terkait pendidikan yaitu SMK/SMA yang lebih memilih kualitas sebagai segmentasi perilaku. Hasil crosstab pekerjaan dengan segmentasi perilaku menunjukkan bahwa pekerjaan wirausaha lebih memilih kualitas. Dan crosstab penghasilan dengan segmentasi perilaku yang paling mendominasi yaitu penghasilan 3.000.000 sampai 5.000.000 yang lebih memilih kualitas sebagai segmentasi perilaku.

### Segmentasi Demografi Dengan Preferensi Masa Depan

Pada hasil perhitungan analisis crosstab demografi dengan segmentasi preferensi masa depan mendapatkan hasil yaitu jenis kelamin dengan preferensi masa depan menunjukkan bahwa perempuan yang lebih mendominasi dengan memilih netral sebagai preferensi masa depan. Hasil crosstab usia dengan preferensi masa depan menunjukkan bahwa usia 35-44 tahun lebih mendominasi dengan memilih netral sebagai segmentasi preferensi masa depan. Hasil crosstab pendidikan terakhir dengan preferensi masa depan menunjukkan bahwa yang paling mendominasi terkait pendidikan yaitu smk/sma yang lebih memilih netral sebagai segmentasi preferensi masa depan. Hasil crosstab pekerjaan dengan segmentasi preferensi masa depan menunjukkan bahwa pekerjaan wirausaha lebih memilih netral. Dan crosstab penghasilan dengan segmentasi preferensi masa depan yang paling mendominasi yaitu penghasilan 3.000.000 sampai 5.000.000 yang lebih memilih netral sebagai segmentasi preferensi masa depan.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan disimpulkan bahwa analisis crosstab menunjukkan bahwa jenis kelamin dengan segmentasi geografis yang paling mendominan yaitu jenis kelamin perempuan dengan segmentasi geografi yang menunjukkan daerah pedesaan. Hasil crosstab usia dengan segmentasi geografi yang paling mendominan yaitu usia 35-44 tahun yang memilih daerah pedesaan. Hasil crosstab pendidikan terakhir dengan segmentasi geografi menunjukkan SMK/SMA yang lebih mendominan didaerah pedesaan. Hasil crosstab pekerjaan dengan segmentasi geografi menunjukkan bahwa wirausaha lebih mendominan dengan menunjukkan segmentasi geografi yaitu pedesaan. Dan hasil crosstab penghasilan dengan segmentasi geografi menunjukkan bahwa penghasilan 3.000.000 – 5.000.000 lebih mendominasi.

Analisis crosstab demografi dengan segmentasi psikografi mendapatkan hasil yaitu jenis kelamin dengan psikografi menunjukkan bahwa perempuan yang lebih mendominasi dengan memilih merek lokal kota sebagai segmentasi psikografi. Hasil crosstab usia dengan psikografi menunjukkan bahwa usia 35-44 tahun lebih mendominasi dengan memilih segmentasi psikografi yaitu lebih memilih merek lokal kota. Hasil crosstab pendidikan terakhir dengan psikografi menunjukkan bahwa yang paling mendominasi terkait pendidikan yaitu SMK/SMA yang lebih memilih merek

lokal. Hasil *crosstab* pekerjaan dengan segmentasi psikografi menunjukkan bahwa pekerjaan wirausaha lebih memilih merek lokal kota. Dan *crosstab* penghasilan dengan segmentasi psikografi yang paling mendominasi yaitu penghasilan 3.000.000 sampai 5.000.000 yang lebih memilih merek lokal kota.

Analisis *crosstab* demografi dengan segmentasi perilaku mendapatkan hasil yaitu jenis kelamin dengan perilaku menunjukkan bahwa perempuan yang lebih mendominasi dengan memilih kualitas sebagai segmentasi perilaku. Hasil *crosstab* usia dengan perilaku menunjukkan bahwa usia 35-44 tahun lebih mendominasi dengan memilih kualitas dan merek sebagai segmentasi perilaku. Hasil *crosstab* pendidikan terakhir dengan perilaku menunjukkan bahwa yang paling mendominasi terkait pendidikan yaitu SMK/SMA yang lebih memilih kualitas sebagai segmentasi perilaku. Hasil *crosstab* pekerjaan dengan segmentasi perilaku menunjukkan bahwa pekerjaan wirausaha lebih memilih kualitas. Dan *crosstab* penghasilan dengan segmentasi perilaku yang paling mendominasi yaitu penghasilan 3.000.000 sampai 5.000.000 yang lebih memilih kualitas sebagai segmentasi perilaku.

Analisis *crosstab* demografi dengan segmentasi preferensi masa depan mendapatkan hasil yaitu jenis kelamin dengan preferensi masa depan menunjukkan bahwa perempuan yang lebih mendominasi dengan memilih netral sebagai preferensi masa depan. Hasil *crosstab* usia dengan preferensi masa depan menunjukkan bahwa usia 35-44 tahun lebih mendominasi dengan memilih netral sebagai segmentasi preferensi masa depan. Hasil *crosstab* pendidikan terakhir dengan preferensi masa depan menunjukkan bahwa yang paling mendominasi terkait pendidikan yaitu smk/sma yang lebih memilih netral sebagai segmentasi preferensi masa depan. Hasil *crosstab* pekerjaan dengan segmentasi preferensi masa depan menunjukkan bahwa pekerjaan wirausaha lebih memilih netral. Dan *crosstab* penghasilan dengan segmentasi preferensi masa depan yang paling mendominasi yaitu penghasilan 3.000.000 sampai 5.000.000 yang lebih memilih netral sebagai segmentasi preferensi masa depan.

## **Saran**

Dari kesimpulan yang telah dilakukan maka peneliti memberikan saran bagi Usaha Furniture CV Irian's Indah sebagai masukan yaitu sebelum membuat suatu produk alangka baik nya Usaha Furniture CV Irian's Indah melihat kebutuhan yang diinginkan oleh masyarakat agar produk tersebut selesai dibuat dan langsung dipasarkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2014). Manajemen Pemasaran. *Manajemen Pemasaran*, 12. <http://www.rajagrafindo.co.id>
- Faza, R. H. N. (2018). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dan Strategi Stp (Segmenting, Targeting, Positioning) Untuk Mempertahankan Pangsa Pasar (Studi Penerapan Strategi Oleh Fajar Indah Furniture Pada Pasar Amerika Dan Pasar Eropa).
- Huda, Anam Miftakhul; Martanti, D. E. (2018). Pengantar Manajemen Strategik 1. In *Jayapangus Press Books*. <Http://Jayapanguspress.Org>
- Ibrahim, A., Alang, asrul haq, Madi, Baharuddin, Ahmad, muhammad aswar, & Darmawati. (2018). *Metodologi Penelitian*. 112.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani (eds.); 2nd ed.). Erlangga.
- Samsi, F. nur. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Furniture. In *Modul Biokimia Materi Metabolisme Lemak, Daur Asam Sitrat, Fosforilasi Oksidatif Dan Jalur Pentosa Fosfat* (Issue 1717201189).
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi promosi pemasaran. *Fkip Uhamka*, 1–309.
- Wijoyo, H., Sunarsi, D., Indrawan, I., & Cahyono, Y. (2020). *Manajemen Pemasaran Di Era Globalisasi*.