



UNIVERSITAS INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

SKRIPSI

Analisis Segementasi Konsumen Majalah Komik Hanalala di Wilayah

JABODETABEK

Diajukan Oleh :

Dewanti Kurniaputri

0602001241

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT

GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

DEPARTEMEN MANAJEMEN

2008

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI  
(SEMENTARA)**

Nama : Dewanti Kurniaputri

Nomor Mahasiswa : 0602001241

Departemen : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi Berbahasa Indonesia:

*Analisis segmentasi konsumen majalah komik Hanalala di wilayah*

*JABODETABEK*

Judul Skripsi Berbahasa Indonesia:

*Hanalala comic magazine consumer segmentation analysis at JABODETABEK*

*region.*

Tanggal : Ketua / Sekretaris Departemen

Bambang Hermanto, Ph.d

Tanggal

Pembimbing Skripsi

Sri Daryanti, MM

Universitas Indonesia  
Fakultas Ekonomi

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewanti Kurniaputri  
Nomor Mahasiswa : 0602001241  
Departemen : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis, dengan judul:

**Analisis Segmentasi Konsumen Majalah Komik Hanalala di Wilayah  
JABODETABEK**

Belum pernah dibuat sebelumnya oleh orang lain, baik judul maupun isinya.

Sebagai tanda bukti pernyataan saya, bersama ini saya lampirkan daftar skripsi/tesis yang pernah ditulis sebelumnya yang berhubungan dengan skripsi saya. Data skripsi/tesis ini adalah hasil kompilasi saya dari perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Surat pernyataan ini saya buat dengan jujur dan dengan segala konsekuensinya.

Depok, 3 Juli 2008

Yang membuat pernyataan,

Dewanti Kurniaputri

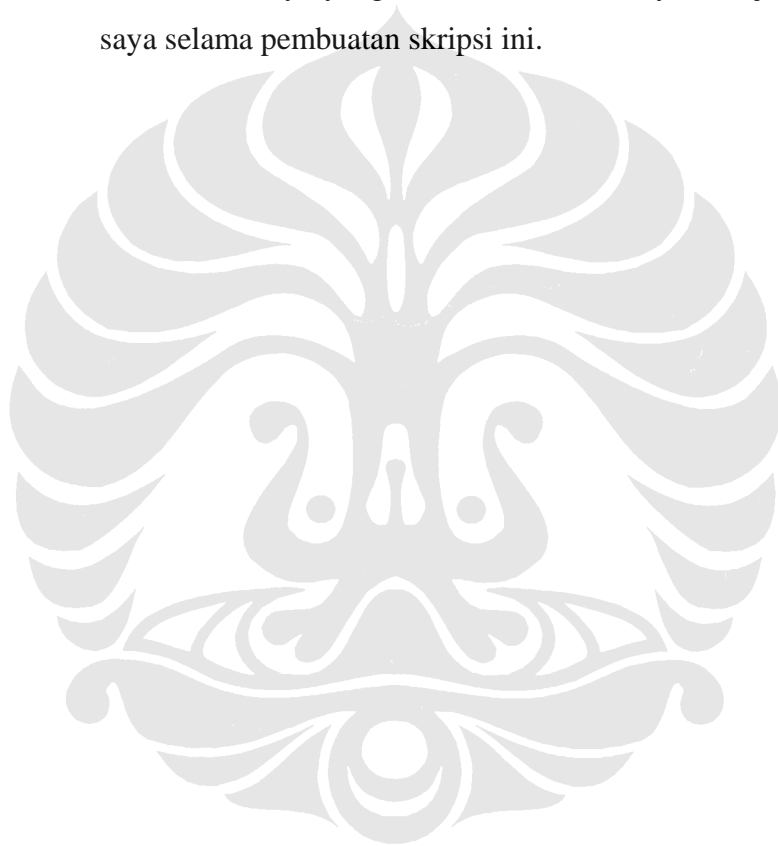
No.	Penulis	Judul skripsi/tesis	Tahun
1	Ario Surindro	<u>Riset segmentasi terhadap peserta wisata rohani Daarut Tauhiid di Jakarta Ario Surindro</u>	2004
2.	Danny D. Kosasih	<u>Riset segmentasi mahasiswa pengguna internet suatu studi kasus di warung internet psynet, Universitas Indonesia Depok diajukan oleh Danny D. Kosasih</u>	2001
3.	Prabatha Ganendra	Pengaruh Kepribadian Merek Terhadap Kecenderungan Untuk Berkontribusi Pada Organisasi Nirlaba (Studi Kasus: Gerakan Pramuka)	2007

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT. yang telah memberikan kesempatan bagi hamba untuk berada di dunia ini dan menikmati keindahan duniawi yang ada tanpa melupakan alasan keberadaan rohani saya di dunia ini. Atas berkat rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Analisis Segmentasi Konsumen Majalah Komik Hanalala di wilayah JABODETABEK**” ini. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Sarjana Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapat dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Sri Daryanti, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan saran dan meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam keadaan waktu yang terbatas ini.
2. Ibu dan Bapak pengajar FEUI yang telah memberikan ilmunya selama masa perkuliahan penulis.
3. Kedua orang tua yang telah memberi dukungan baik secara moril maupun materil. Yang telah mau bersabar menantikan kelulusan anaknya yang sempat tertunda ini
4. Staff Departemen Manajemen, Mas Aji dan Mas Gino yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan memberikan pengarahan selama pembuatan skripsi ini.
5. Adik saya, Darmawan Paramuda Kurniaputra, yang telah memberi dukungan moril selama masa pembuatan skripsi ini
6. Nishikido Andina, yang telah sangat membantu dalam masa pembuatan skripsi saya, dan bahkan sempat cuti kerja sehari untuk membantu penulis
7. Hiroki Yana, Kim Nirma, Wina Kamui, dan Laura Dameria yang telah senantiasa mengingatkan penulis untuk terus berusaha menyelesaikan skripsi ini.

8. Annisa maulidya, Gladys Hutagalung, Yamada Megu, Akanishi Andari, dan Choi Karina yang telah membantu penulis dalam menyebarkan kuesioner
9. Jung Eryn, Lee Cheun Jae, Kim Renji, Masuda Takahisa, Park Yoochun, Kim Heechul, Kim Hyun Joong, Kim Kyu Jong, Taguchi Junnosuke, dan Ueda Tatsuya, Eiji, Hannie, Yumin, Ryna, Lily dan Rahmi yang telah membantu secara moril selama pembuatan skripsi ini
10. Dr. Carmonthy, yang telah membantu saya menjaga kondisi kesehatan saya selama pembuatan skripsi ini.



## DAFTAR ISI

Abstraksi.....	i
Daftar Isi.....	ii
Daftar Tabel.....	iii
Daftar Gambar.....	iv
Daftar Lampiran.....	v

### **BAB I. PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1. Sejarah Komik.....	1
1.1.2 Profil Perusahaan.....	2
1.1.3 Majalah Komik.....	4
1.1.4 Majalah Komik Hanalala.....	4
1.2 Perumusan Masalah dan Batasan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Metodologi Penelitian.....	8
1.4.1. Metode Penelitian.....	8
1.4.2. Metode Pengumpulan Data.....	9
1.4.3. Metode Analisa dan Pengolahan Data.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	11

### **BAB II. LANDASAN TEORI**

2.1 Segmentasi.....	13
2.1.1 Segmentasi dan Strategi Pemasaran.....	13
2.1.2 Tujuan, Manfaat dan Strategi Segmentasi Pasar.....	15
2.1.3 Pendekatan Segmentasi.....	17
2.1.4 Psycografic and Lifestyle Segmentation.....	20
2.1.5 Psychology and Benefit Segmentation.....	22

### **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Perancangan Sampel dan Pengumpulan Data.....	23
3.1.1 Identifikasi Variabel.....	23
3.1.2 Populasi dan Sampel.....	25
3.1.3 Metode Pengambilan Sample.....	25
3.1.4 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.1.5 Instrumen Riset dan Skala Pengukuran.....	26

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1 Analisis Data.....	29
4.1.1 Tes Reliabilitas.....	29
4.1.2 Analisis Deskriptif.....	29
4.1.2.1 Umur.....	29
4.1.2.2 Jenis Kelamin.....	30
4.1.2.3 Pengeluaran untuk Komik per Bulan.....	30
4.1.2.4 Pendidikan Terakhir Konsumen.....	31
4.1.2.5 Sumber Informasi Pengenalan Majalah Komik Hanalala.....	31
4.1.2.6 Tempat Membeli Majalah Komik Hanalala.....	32
4.1.3 Analisis Cluster.....	32
4.2.3 Analisis Diskriminan.....	40
4.2.4 Analisis Crosstab.....	41
4.2.4.1 Umur.....	41
4.2.4.2 Jenis Kelamin.....	42
4.2.4.3 Pengeluaran untuk Komik per Bulan.....	42
4.2.4.4 Pendidikan Terakhir Konsumen.....	43
4.2.4.5 Sumber Informasi Pengenalan majalah komik Hanalala.....	44
4.2.4.6 Tempat membeli Majalah Komik Hanalala.....	44



**BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan..... 45

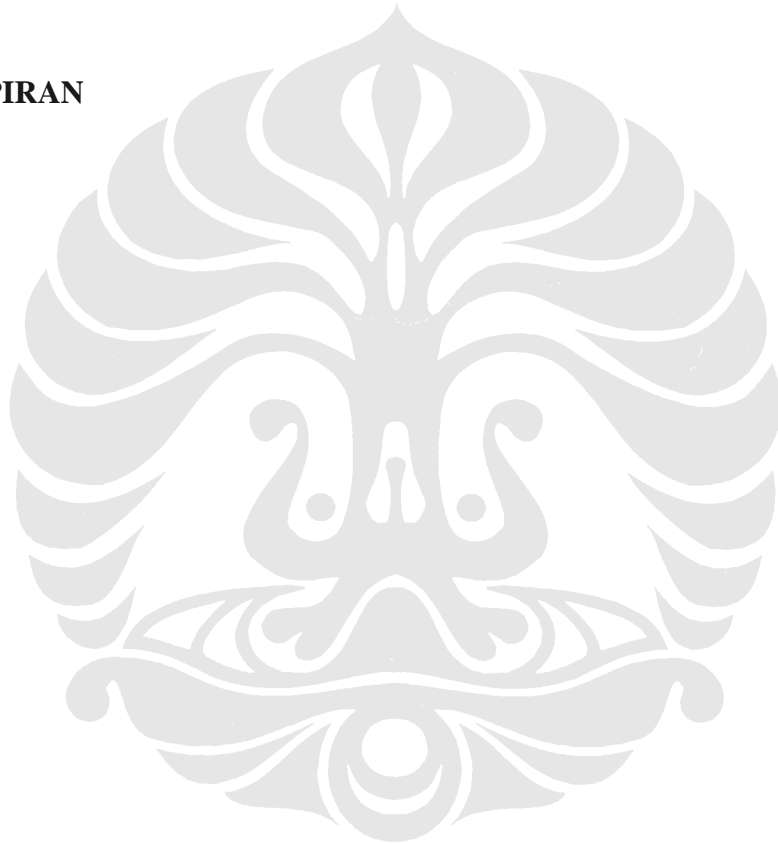
5.2 Saran..... 48

    5.2.1 Saran Manajerial..... 48

    5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya..... 51

**DAFTAR PUSTAKA..... 53**

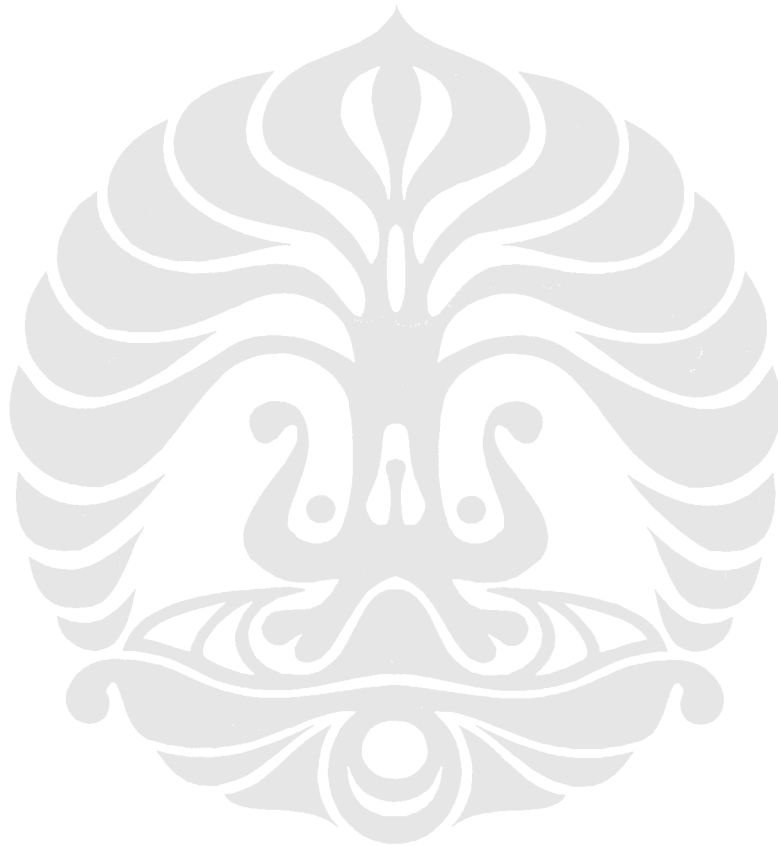
**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Strategi Segmentasi Pasar.....	16
Tabel 2.2 Kategori dan Variabel Segmentasi Pasar.....	17
Tabel 4.1 Hasil Output SPSS Analisis Deskriptif berdasarkan Umur.....	29
Tabel 4.2 Hasil Output SPSS Analisis Deskriptif berdasarkan Jenis Kelamin...	30
Tabel 4.3 Hasil Output SPSS Analisis Deskriptif berdasarkan Pengeluaran Untuk Komik per Bulan.....	30
Tabel 4.4 Hasil Output SPSS Analisis Deskriptif berdasarkan Pendidikan Terakhir Konsumen.....	31
Tabel 4.5 Hasil Output SPSS Analisis Deskriptif berdasarkan Sumber Informasi Pengenalan Majalah Komik Hanalala.....	31
Tabel 4.6 Hasil Output SPSS Analisis Deskriptif berdasarkan Tempat Pembelian Majalah Komik Hanalala.....	32
Tabel 4.7 Data member untuk 4 cluster.....	33
Tabel 4.8 Data member untuk 3 cluster.....	34
Tabel 4.9 Data member untuk 2 cluster.....	34
Tabel 4.10 Profil Konsumen untuk 4 Cluster.....	35
Tabel 4.11 Profil Konsumen untuk 3 Cluster.....	36
Tabel 4.12 Profil Konsumen untuk 2 Cluster.....	38
Tabel 4.13 Tabel Skor Variabel antar Segmen.....	39
Tabel 4.14 Tabel Variabel Pembeda antar Segmen.....	40
Tabel 4.15 Hasil Output SPSS Analisis Crosstab terhadap Umur.....	41
Tabel 4.16 Hasil Output SPSS Analisis Crosstab terhadap Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.17 Hasil Output SPSS Analisis Crosstab terhadap Pengeluaran untuk Komik per Bulan.....	42
Tabel 4.18 Hasil Output SPSS Analisis Crosstab terhadap Pendidikan Terakhir Konsumen.....	42
Tabel 4.19 Hasil Output SPSS Analisis Crosstab terhadap Sumber Informasi Pengenalan Majalah Komik Hanalala.....	43

Tabel 4.20 Hasil Output SPSS Analisis Crosstab terhadap Tempat Membeli Majalah Komik Hanalala.....	44
---	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 3 Tahap Strategi Pemasaran..... 13



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Verbatim In Depth Interview.....	II
2. Lampiran Kuesioner.....	XXIX
3. Lampiran Hasil Output SPSS	
3.1 Realiability Test.....	XXXV
3.2 Analisis Deskriptif.....	XXXV
3.3 Analisis Cluster.....	XXXVII
3.4 Analisis Diskriminan.....	LIII
3.5 Analisis Crosstab.....	76

