

ABSTRAK

Segmentasi pasar sebagai konsep dasar dalam pemasaran pertama kali diungkapkan oleh Wendel Smith tahun 1956. Strategi segmentasi pasar memainkan peranan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Kebutuhan akan energi listrik tidak hanya mempunyai pengaruh pada pelanggannya, oleh sebab itu selain karena kebutuhan listrik adalah suatu hal mendasar ketika kinerja penyaluran listrik menurun, misalnya keandalan turun karena kekurangan daya, mengembangkan loyalitas dengan mempertimbangkan kebutuhan per individu pelanggan adalah sangat penting. Maka dari permasalahan ini peneliti melakukan survei pada mahasiswa Teknik Elektro UII dengan responden 146 yang dibagikan kusioner berupa pertanyaan tentang kepuasan pengguna listrik dan kemauan bayar. Penelitian ini menggunakan K-Means cluster untuk mengelompokkan masing-masing cluster berdasarkan karakteristik. Pada hasil cluster kepuasan pengguna listrik PLN dan kemauan bayar pengguna listrik PLN cluster 2 dan 3 yang memiliki nilai di atas rata-rata total sedangkan cluster 1 memiliki nilai di bawah rata-rata total. Dari 146 responden yang diteliti cluster 2 dimana memiliki tingkat kepuasan di atas rata-rata yang memiliki jumlah pengguna yang paling besar yaitu 79 pengguna.

Kata Kunci: Responden, Data, K-Means Cluster, Kepuasan, Kemauan

