

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PENGAKUAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....	v
SURAT KETERANGAN PENELITIAN .....	v
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I.....	i
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah .....	3
1.4. Tujuan Penelitian .....	4
1.5. Manfaat Penelitian .....	4
1.6. Sistematika Penelitian.....	5
BAB II .....	7
KAJIAN PUSTAKA .....	7
2.1. Kajian Induktif .....	7
2.2. Kajian Deduktif.....	9
2.2.1 Industri Jasa .....	9
2.2.2 Segmentasi Pasar .....	9
2.2.3 Pengertian Strategi.....	12
2.2.4 Level Strategi.....	13
2.2.5 Tipe Strategi .....	13
2.2.6 <i>Customer Relatonship Management</i> .....	14

2.2.7	<i>Cluster</i> .....	17
2.2.8	Metode Hirarki <i>Cluster</i> .....	18
2.2.9	Metode Non-Hirarki <i>Cluster</i> .....	19
2.2.10	Uji Kecukupan Data .....	20
2.2.11	Uji Validitas.....	20
2.2.12	Uji Reliabilitas.....	21
BAB III.....		23
METODOLOGI PENELITIAN .....		23
3.1.	Metode Dasar Penelitian.....	23
3.2.	Objek dan Lokasi Penelitian .....	23
3.2.1	Objek Penelitian .....	23
3.2.2	Lokasi Penelitian .....	23
3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	24
3.4.	Sumber Data.....	25
3.5	Diagram Alur Penelitian .....	26
3.5.1	Identifikasi Masalah .....	27
3.5.2	Kajian Pustaka .....	27
3.5.3	Penetapan Tujuan .....	27
3.5.4	Pengumpulan Data.....	27
3.5.5	Uji Kecukupan Data .....	28
3.5.6	Uji Validitas.....	28
3.5.7	Uji Reliabilitas.....	28
3.5.8	Pengolahan Data.....	28
3.5.9	Pembahasan .....	28
3.5.10	Kesimpulan Dan Saran .....	29
3.6	Pengolahan Data .....	29
3.6.1	Uji Validitas.....	29
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	29
3.6.3	Metode Analisis <i>Clustering</i> .....	29
BAB IV.....		31
PENGOLAHAN DATA.....		31
4.1	Pengumpulan Data.....	31

4.1.1	Profil Perusahaan.....	31
4.1.2	Visi Dan Misi Perusahaan .....	32
4.1.3	Data Operasional .....	32
4.1.4	Nilai Perusahaan.....	33
4.1.5	Struktur Organisasi .....	33
4.1.6	Produk Layanan.....	34
4.1.7	Data Pemasaran .....	34
4.1.8	Data Segmentasi Produk.....	35
4.1.9	Data Kuesioner .....	38
4.2	Pengolahan Data .....	39
4.2.1	Uji Kecukupan Data .....	39
4.2.2	Uji Validitas.....	40
4.2.3	Uji Reliabilitas.....	41
4.2.4	Rekapitulasi Hasil Kuesioner .....	41
4.2.5	<i>Clustering</i> .....	50
4.2.6	Profilisasi Responden .....	53
4.3	Resegmentasi Pasar.....	58
BAB V .....		61
PEMBAHASAN.....		61
5.1.	<i>Analisis Cluster</i> .....	61
5.1.1	Resegmentasi Pasar .....	64
5.1.2	<i>Retargeting</i> .....	66
5.2.	Strategi Pemasaran.....	66
BAB VI.....		72
PENUTUP .....		72
6.1.	Kesimpulan .....	72
6.2.	Saran .....	73
DAFTAR PUSTAKA.....		74
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Segmentasi Pasar Produk Per Produk.....	35
Tabel 4.2 Segmentasi Pasar Zona Sehari <i>Laundry</i> dan Cuci Karpet <i>Express</i> .....	36
Tabel 4.3 Uji Validitas.....	40
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4.5 Rekapitulasi Kuesioner Awal .....	42
Tabel 4.6 Rekapitulasi Segmentasi Pasar Per Paket <i>Lundry</i> .....	45
Tabel 4.7 Database Konsumen .....	47
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Kuesioner .....	50
Tabel 4.9 <i>Final Cluster Centers</i> .....	51
Tabel 4.10 Anova .....	52
Tabel 4.11 Hasil Per <i>Cluster</i> .....	53
Tabel 4.12 Profilisasi Berdasarkan Jenis Produk .....	53
Tabel 4.13 Profilisasi Berdasarkan Usia Responden.....	54
Tabel 4.14 Profilisasi Berdasarkan Peristiwa/Momen .....	54
Tabel 4.15 Profilisasi Berdasarkan Intensitas Pemakaian Per Bulan.....	55
Tabel 4.16 Profilisasi Berdasarkan Sikap Konsumen Terhadap Produk.....	55
Tabel 4.17 Profilisasi Berdasarkan Manfaat.....	55
Tabel 4.18 Profilisasi Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	56
Tabel 4.19 Profilisasi Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	56
Tabel 4.20 Profilisasi Berdasarkan Jarak Yang Ditempuh.....	57
Tabel 4.21 Resegmentasi Pasar .....	58
Tabel 5.1 Strategi Pemasaran .....	68
Tabel 5.2 Strategi Pemasaran .....	69

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.1 Flowchart Diagram Alur Pemecahan Masalah .....	26
Gambar 4.1 Logo Zona Sehari <i>Laundry</i> dan Cuci Karpét <i>Express</i> .....	31
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Zona Sehari Laundry dan Cuci Karpét Express .....	33
Gambar 4.3 Grafik Atribut Penilaian .....	49

