



## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
2.1 Segmentasi Pasar.....	8
2.1.1 Pengertian Segmentasi Pasar.....	8
2.1.2 Tujuan Segmentasi Pasar.....	9
2.1.3 Manfaat Segmentasi.....	9
2.1.4 Kriteria Segmentasi Yang Efektif.....	11
2.1.5 Dasar Segmentasi.....	11
2.2 Segmentasi Psikografi.....	12
2.2.1 Manfaat Segmentasi Psikografi.....	13
2.3 Segmentasi Keperilakuan.....	14
2.4 Kelemahan Segmentasi.....	16
2.5 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Pengertian Perilaku Konsumen.....	18
2.4 Generasi Internet.....	19
2.5 Pengertian Media Sosial.....	20
2.6 Fungsi Media Sosial.....	21
2.7 Segmentasi Pengguna Media Sosial.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
3.1 Materi Penelitian.....	23
3.2 Definisi Operasional.....	23
3.3 Populasi dan Sampel.....	24
3.4 Instrumen Penelitian.....	25
3.5 <i>Pre Test</i> Penelitian.....	30
3.6 Pengumpulan Data.....	32
3.6.1 Jenis Skala.....	33
3.7 Metode Analisis Data.....	34
3.8 Analisis Faktor.....	35



3.9. Analisis Kluster.....	37
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
4.1. Profil Demografi.....	39
4.2. Profil Keperilakuan Remaja Pengguna Media Sosial Dengan Skala Nominal.....	41
4.3. Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> )	43
4.4. Analisis Klaster 250 Responden.....	53
4.4.1. Analisis terhadap 2 Klaster.....	54
4.4.2. Analisis terhadap 3 Klaster.....	55
4.4.3. Analisis terhadap 4 Klaster.....	56
4.4.4. Analisis terhadap 5 Klaster.....	56
4.4.5. Analisis Karakteristik Keperilakuan.....	57
4.5. Uji Beda Klaster (Analisis Anova Satu Arah).....	61
4.6. Tabulasi Demografi Remaja Pengguna Media Sosial.....	62
4.7. Tabulasi Keperilakuan Remaja Pengguna Media Sosial.....	65
4.8. Segmen Remaja Berdasarkan Perilaku Dalam Menggunakan Media Sosial.....	69
4.9. Pembahasan.....	71
<b>BAB V. PENUTUP.....</b>	<b>75</b>
5.1. Kesimpulan.....	75
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	78
5.3. Implikasi Manajerial.....	78
5.4. Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>



## DAFTAR TABEL

3.1. Responden Kelompok fokus.....	26
3.2. Hasil Uji Validitas <i>Pre Test</i> Pertama.....	30
3.3. Hasil Uji Keandalan <i>Pre Test</i> Kedua.....	31
3.4. Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre Test</i> Penelitian.....	32
4.1. Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	39
4.2. Karakteristik Usia Responden.....	40
4.3. Karakteristik Pendidikan Responden.....	40
4.4. Karakteristik Pengeluaran Rata-Rata Responden.....	41
4.5. Karakteristik Banyaknya Media Sosial Yang Digunakan.....	42
4.6. Karakteristik Lamanya Penggunaan Media Soail.....	42
4.7. Karakteristik Lamanya Waktu Satu Sesi <i>Online</i> Di Media Sosial.....	43
4.8. Nilai KMO dan Barlett's Test Analisis Faktor Keperilakuan Pertama.....	44
4.9. Nilai KMO dan Barlett's Test Analisis Faktor Keperilakuan Kedua.....	46
4.10. <i>Component Matrix</i> .....	47
4.11. Identifikasi Signifikan <i>Factor Loading</i> Berdasarkan Jumlah Sampel.....	49
4.12. <i>Rotated Component Matix</i> .....	49
4.13. Pernyataan Item Variabel Keperilakuan Yang Valid.....	50
4.14. Hasil Uji Kehandalan.....	52
4.15. Jumlah Anggota 2 Klaster, Nilai F, Dan Homogenitas.....	55
4.16. Jumlah Anggota 3 Klaster, Nilai F, Dan Homogenitas.....	55
4.17. Jumlah Anggota 4 Klaster, Nilai F, Dan Homogenitas.....	56
4.18. Jumlah Anggota 2 Klaster, Nilai F, Dan Homogenitas.....	57
4.19. Anova 4 Klaster.....	58
4.20. Pusat Akhir 4 Klaster.....	59
4.21. Anova Jarak Antara Pusat Klaster.....	62
4.22. Uji Homogenitas Varian.....	62
4.23. Tabulasi Remaja Pengguna Media Sosial.....	67
4.24. Tabulasi Keperilakuan Remaja Pengguna Media Sosial.....	72
4.25. Karakteristik Masing-Masing Segmen Remaja Pengguna Media Sosial.....	73



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian.....	83
Lampiran 2	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Dengan 250 Sampel.....	87
Lampiran 3	<i>Anti Image Correlation</i> Pertama .....	89
Lampiran 4	<i>Anti Image Correlatioan</i> Kedua.....	90
Lampiran 4	<i>Communalities</i> .....	91
Lampiran 5	<i>Total Variance Explained</i> .....	92
Lampiran 6	<i>Component Matrix</i> .....	93
Lampiran 7	<i>Rotated Component Matrix</i> .....	94
Lampiran 8	Anova Masing-Masing Klaster.....	95
Lampiran 10	Pusat Akhir Klaster.....	99
Lampiran 11	Uji Anova Satu Arah Masing-Masing Klaster.....	103
Lampiran 12	Uji Homogenitas Varian.....	104
Lampiran 13	Tabulasi Silang Variabel Demografi.....	105
Lampiran 14	Tabulasi Silang Variabel Keperilakuan.....	110
Lampiran 15	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Pre Test Dengan 60 Sampel.....	115