

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS SEGMENTASI PASAR PADA KONSUMEN UMKM PERCETAKAN SOUVENIR**

**(Studi pada UMKM Percetakan Souvenir di Bandar Lampung)**

**Oleh**

**Syarif Hidayatullah**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui segmen potensial Percetakan Souvenir di Bandar Lampung dengan melakukan proses segmentasi pasar lalu menganalisis menggunakan analisis *cluster*. Tipe penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Percetakan Souvenir di lingkungan Universitas Lampung dengan sampel 83 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar potensial di Percetakan Souvenir di lingkungan Universitas Lampung terbagi menjadi tiga segmen yaitu 1). *self-actualization buyers segment*; 2). *connecting buyers segment*; dan 3). *analytical buyers segment*. Dimana setiap segmen mempunyai karakteristik, profil, dan perilaku yang berbeda-beda.

Hasil penelitian menunjukkan setiap segmen menyebar dan berpotensi untuk menjadi pasar potensial bagi pelaku usaha Percetakan Souvenir di lingkungan Universitas Lampung. Untuk dapat mendapatkan keuntungan, maka Percetakan Souvenir di lingkungan Universitas Lampung harus mengenal pasar dan menyesuaikan pelayanan dengan karakteristik konsumen potensial sehingga layanan dan *positioning* produk dapat lebih diterima konsumen.

Kata kunci : segmentasi pasar, demografi, perilaku, analisis klaster.