

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Deskriptif Karakteristik Responden

Analisis deskriptif menunjukkan gambaran umum mengenai karakteristik responden berdasarkan komponen-komponen yang ditentukan oleh peneliti. Pada penelitian ini, akan dideskripsikan karakteristik konsumen K-Liquid Chlorophyll berdasarkan komponen demografi yaitu usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan per bulan. Hasil tersebut merupakan olahan data dari hasil survei 98 konsumen K-Liquid Chlorophyll di Kota Malang yang dilihat dari tabulasi frekuensi dan persentase sebagaimana tertera pada Tabel 4.1. Diketahui bahwa sebagian besar konsumen K-Liquid Chlorophyll pada penelitian ini berada pada rentang usia 32-43 tahun yaitu sebesar 51.02%. Sebesar 44.89% konsumen berada pada rentang usia 20-31 tahun, sedangkan sisanya (4.08%) berada pada rentang usia 44-55 tahun. Konsumen dengan rentang usia 32-43 tahun tersebut cenderung memiliki pengalaman dan ketegasan dalam pengambilan keputusan yang salah satunya adalah pemilihan produk yang dikonsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki beberapa pertimbangan dalam memilih produk *herbal drink* K-Liquid Chlorophyll.

Konsumen yang berperan sebagai responden pada penelitian ini sebagian besar adalah pria dengan persentase sebesar 74.49%, sedangkan sisanya adalah konsumen wanita dengan persentase sebesar 25.51%. Tingkat pendidikan yang dimiliki oleh konsumen sebagian besar adalah Sarjana (S1) yaitu 41.84%, Diploma sebesar 33.67%, SMA sebesar 17.35%, S2/S3 sebesar 5.10%, dan sisanya sebesar 2.04% adalah konsumen dengan tingkat pendidikan terakhir SMP. Karakteristik konsumen pada penelitian ini berdasarkan jenis pekerjaan yang mendominasi adalah konsumen yang bekerja sebagai wiraswasta yaitu 53.06%, konsumen yang bekerja sebagai karyawan swasta sebesar 36.74%, sisanya adalah konsumen yang bekerja di BUMN yaitu sebesar 10.20%. Pendapatan per bulan konsumen sebagian besar berada pada rentang Rp 1.000.000,- sampai Rp 1.500.000,- yaitu sebesar 37.76%, sedangkan sebagian kecil dari konsumen memiliki pendapatan dengan rentang < Rp 500.000,-.

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden**

Kriteria		Frekuensi	persentase (%)
usia (tahun)			
20-31		44	44.898
32-43		50	51.020
44-55		4	4.082
	Jumlah	98	100.000
jenis kelamin			
Pria		73	74.490
Wanita		25	25.510
	jumlah	98	100.000
Tingkat pendidikan			
SMP		2	2.041
SMA		17	17.347
Diploma		33	33.673
Sarjana (S1)		41	41.837
S2/S3		5	5.102
	Jumlah	98	100.000
Pekerjaan			
BUMN		10	10.204
Karyawan swasta		36	36.735
Wiraswasta		52	53.061
Lainnya		0	0.000
	jumlah	98	100.000
Pendapatan per bulan			
< Rp 500.000		2	2.041
Rp 500.000-Rp 1.000.000		11	11.224
Rp 1.000.000-Rp 1.500.000		37	37.755
Rp 1.500.000-Rp 2.000.000		29	29.592
Rp 2.000.000-Rp 2.500.000		9	9.184
Rp 2.500.000-Rp 3.000.000		6	6.122
> Rp 3.000.000		4	4.082
	jumlah	98	100.000

**Sumber : Lampiran 4**

Dengan demikian, diketahui bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini adalah konsumen K-liquid Chlorophyll dengan rentang usia 32-43 tahun, berjenis kelamin pria, tingkat pendidikan terakhir Sarjana (S1) dan bekerja sebagai wiraswasta. Kondisi tersebut menggambarkan secara umum bahwa konsumen memiliki beberapa pertimbangan dalam memilih produk *herbal drink* yang dikonsumsi

## 4.2. Analisis *Latent Class Cluster* (LCC) untuk Segmentasi Konsumen K-Liquid Chlorophyll

### 4.2.1. Model *Latent Class Cluster* (LCC)

Pada penelitian ini, skala variabel yang digunakan adalah nominal dan ordinal dengan sebaran Multinomial. Berikut model log likelihood dari metode LCC yang akan diduga dengan metode *Maximum Likelihood* (MLE),

$$L(\theta|x) = \sum_{h=1}^n \log \sum_{k=1}^K \pi_k g(x_h|\alpha_k) \\ = \sum_{h=1}^n \log \sum_{k=1}^K \pi_k \left[ \prod_{i=1}^N \prod_{s=1}^S (\alpha_{k(is)})^{x_{i(s)}} \right] \left[ \prod_{i=1}^O (\prod_{s=1}^S (y_{ik(s)} - y_{iks} - 1x_{is})) \right]$$

di mana :

h = jumlah obyek pengamatan, (h = 1, 2, ..., 98)

k = banyak kelompok yang terbentuk, (k = 1, 2, 3)

$g(x_h|\alpha_k)$  = fungsi sebaran  $x_h$  yang diberikan oleh parameter model (sebaran multinomial)

$\pi_k$  = peluang awal kelompok K pada data x ( $\pi_k = \frac{n_k}{N}$ ) dan ( $\sum_{k=1}^K \pi_k = 1$ ), pada penelitian ini nilai  $\pi_k$  untuk setiap kelompok (k=1,2,3) dapat dilihat pada cluster membership Tabel 5.8.

$\alpha_k$  = peluang suatu obyek pada cluster K ( $\sum_{k=1}^K \alpha_k = 1$ ), dalam penelitian ini dapat dilihat pada *cluster membership* Lampiran 10.

### 4.2.2. Pendugaan Parameter Model *Latent Class Cluster* (LCC)

Pendugaan parameter model LCC pada data primer hasil penyebaran angket kepada 98 konsumen K-Liquid Chlorophyll di Kota Malang dilakukan menggunakan software Latent Gold 4.0. Dalam software tersebut, metode pendugaan yang digunakan adalah metode Estimasi Maksimum Likelihood (MLE) dengan bantuan iterasi numerik yaitu *Expectation Maximization* (EM) dan Newton-Raphson. Sebagaimana pada Lampiran 11, diketahui bahwa proses iterasi menggunakan algoritma EM dilakukan sebanyak 156 kali iterasi kemudian diperoleh nilai log-likelihood sebesar 1149.251 dengan kriteria sebesar 0.009942. Kriteria tersebut menunjukkan bahwa tingkat kesalahan pendugaan parameter model LCC sebesar 0.009942, diharapkan mendapatkan nilai kriteria kesalahan pendugaan parameter

sekecil mungkin bahkan mencapai nilai 0.000 agar diperoleh nilai duga parameter yang valid. Setelah diperoleh hasil pendugaan yang telah optimal tersebut, metode Newton Raphson dengan cepat melakukan proses iterasi untuk mendapatkan nilai log-likelihood yang optimal namun dengan kriteria kesalahan seminimum mungkin. Dari proses iterasi Newton Raphson sebanyak 5 kali, diperoleh nilai log-likelihood akhir hasil pendugaan parameter sebesar 1149.228 dengan kriteria sebesar 0.000. Dengan demikian, diperoleh nilai log-likelihood hasil pendugaan parameter model LC Cluster yang dilakukan dengan proses iterasi EM dan Newton Raphson sebesar 1149.228 dengan kriteria kesalahan sebesar 0.000.

#### **4.2.3. Uji Asumsi Kebebasan Lokal (*Local Independency*) dan Penanganannya**

Salah satu syarat yang harus dipenuhi agar hasil segmentasi dapat dinyatakan akurat adalah terpenuhinya asumsi kebebasan lokal (*local independency*), dengan melihat nilai *Bivariate Residual* (BVR). Asumsi kebebasan lokal terpenuhi jika nilai  $BVR > \chi^2_{(0.05, ab=1)}$  yaitu sebesar 3.84 (Vermunt dan Magidson, 2005). Pada Tabel 5.6 ditunjukkan bahwa model dengan 3 cluster memiliki selang BVR antara 0.0001 – 9.8223, dengan kata lain masih terdapat gangguan kebebasan lokal dalam hasil segmentasi tersebut sehingga perlu dilakukan penanganan atas gangguan tersebut agar diperoleh hasil segmentasi yang akurat dan tidak bias. Lampiran 6 menunjukkan nilai BVR dan perubahannya dari modifikasi antara model 3 cluster dengan model yang pasangan variabelnya terdeteksi memiliki gangguan kebebasan lokal. Pada model 3 cluster terdapat 9 pasangan variabel yang mengalami gangguan kebebasan lokal, yaitu : kerapatan dan pendidikan (BVR=9.822), pekerjaan dan pendapatan (BVR=9.537), pendidikan dan pendapatan (BVR=8.243), pendidikan dan pertimbangan harga (*price*) (BVR=7.834), pertimbangan merek (*prestige*) dan konservatif (BVR=7.741), info dan *risk taker* (BVR=4.141), pendapatan dan pertimbangan harga (*price*) (BVR=8.711), kerapatan dan pertimbangan harga (*price*) (BVR=5.037), serta pendidikan dan pekerjaan (BVR=4.617).

**Tabel 4.2. Nilai BIC, Log-Likelihood, dan selang BVR hasil Penanganan Gangguan Kebebasan Lokal**

Model	LL	BIC(LL)	Npar	Class Error	Selang BVR
3-Cluster	-1044.512	2382.463	64	0.058	0.000-9.822
3-Cluster+1 direct effect	-1039.045	2380.698	66	0.058	0.000-9.565
3-Cluster+2 direct effect	-1029.485	2366.163	67	0.052	0.000-9.701
3-Cluster+3 direct effect	-1022.374	2356.526	68	0.057	0.000-7.763
3-Cluster+4 direct effect	-1016.194	2348.751	69	0.071	0.000-5.973
3-Cluster+5 direct effect	-1011.128	2343.203	70	0.060	0.000-4.479
3-Cluster+6 direct effect	-1006.782	2348.267	73	0.062	0.000-3.764

Penyimpangan asumsi kebebasan lokal dapat ditangani dengan memodifikasi model awal dengan melakukan alternatif pengaruh langsung (*direct effect*) pada pasangan variabel yang memiliki nilai BVR > 3.84, yaitu kerapatan dan pendidikan sehingga diperoleh model 3 cluster + 1 *direct effect* (pengaruh langsung kerapatan dan pendidikan) dengan BIC sebesar 2380.698. Setelah dilakukan penanganan tersebut diketahui masih terdapat gangguan kebebasan lokal dalam segmen yang terbentuk, sebagaimana tertera pada Tabel 4.2 dan Lampiran 6 yaitu pekerjaan dan pendapatan (BVR=9.565), pendapatan dan pertimbangan harga (*price*) (BVR=9.544), pendidikan dan pendapatan (BVR=8.460), pendidikan dan pertimbangan harga (*price*) (BVR=8.699), pertimbangan merek (*prestige*) dan konservatif (BVR=7.551), kerapatan dan pertimbangan harga (*price*) (BVR=4.802), pendidikan dan pekerjaan (BVR=4.393), serta info dan *risk taker* (BVR=4.330). Dalam penelitian ini, penanganan gangguan kebebasan lokal dilakukan dengan penambahan *direct effect* sampai 6 kali ke dalam model awal yaitu model dengan 3 cluster sehingga diperoleh model 9 (model 3 cluster + 6 *direct effect*). Sebagaimana Tabel 4.2 menunjukkan bahwa model 9 memiliki nilai BIC terkecil di antara model lainnya sebesar 2348.267 dan seluruh variabel memiliki nilai BVR < 3.84 yang berarti bahwa asumsi kebebasan lokal sudah terpenuhi.

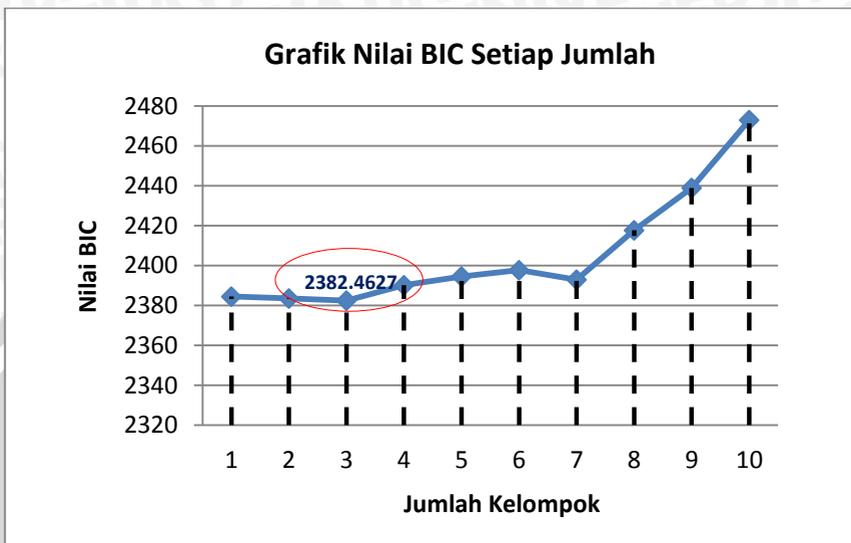
#### 4.2.4. Penentuan Model *Latent Class Cluster* (LCC) Terbaik dalam Identifikasi Banyak Kelompok

Langkah awal dalam analisis LCC adalah pembentukan model yang kemudian diduga dengan metode *Maximum Likelihood* (MLE). Pemilihan model terbaik pada penelitian ini menggunakan nilai BIC terkecil. Tabel 4.3 merupakan rangkuman nilai BIC beserta output analisis LCC menggunakan Latent Gold 4.0.

**Tabel 4.3. Nilai BIC, Log-Likelihood untuk Setiap Model**

Model		LL	BIC(LL)	Npar	Class Error
Model1	1-Cluster	-1114.283	2384.454	34	0.000
Model2	2-Cluster	-1079.425	2383.514	49	0.062
Model3	3-Cluster	-1044.512	2382.463	64	0.058
Model4	4-Cluster	-1013.965	2390.143	79	0.057
Model5	5-Cluster	-981.767	2394.521	94	0.041
Model6	6-Cluster	-980.351	2397.688	94	0.037
Model7	7-Cluster	-951.469	2392.945	106	0.027
Model8	8-Cluster	-938.321	2417.669	118	0.029
Model9	9-Cluster	-921.431	2438.908	130	0.026
Model 10	10-Cluster	-910.919	2472.903	142	0.024

Berdasarkan nilai BIC pada Tabel 4.3 diketahui bahwa model 3 dengan jumlah kelompok sebanyak 3 (model 3 cluster) memiliki nilai BIC terkecil yaitu 2382.463 dibandingkan dengan model lainnya. Hasil tersebut dapat disajikan dalam bentuk grafik pada Gambar 4.1,



**Gambar 4.1. Nilai BIC untuk Setiap Model**

Gambar 4.1 menunjukkan bahwa model 3 cluster memiliki nilai BIC terkecil dibandingkan model lainnya. Dengan demikian, model LCC yang digunakan untuk tujuan segmentasi adalah model LCC dengan 3 kelompok. Berdasarkan hasil uji asumsi kebebasan lokal (*local independency*), model 3 kelompok dan penambahan 6 *direct effect* merupakan model yang digunakan untuk analisis pengelompokan dengan metode LCC pada penelitian ini.

#### 4.2.5. Uji Kelayakan Model LC Cluster

Dalam melakukan segmentasi menggunakan analisis LC Cluster perlu dilakukan uji kelayakan model untuk mengetahui tingkat kemampuan model dalam menjelaskan variabel-variabel segmentasi yang digunakan dalam penelitian ini dan variabel yang paling bisa dijelaskan oleh model LC Cluster. Informasi tersebut diperlukan untuk mengetahui variabel yang karakternya dominan dalam segmentasi yang telah terbentuk. Statistik Wald, p-value dari statistik Wald, dan  $R^2$  digunakan sebagai dasar keputusan uji kelayakan model LC Cluster.

**Tabel 4.4. Nilai R<sup>2</sup> Hasil Uji Kelayakan Model LC Cluster**

Variabel	R <sup>2</sup>
Model Variabel	
Kerapatan	0.057
jenis kelamin	0.335
Pendidikan	0.064
Pekerjaan	0.391
Pendapatan	0.079
Info	0.206
pertimbangan harga ( <i>price</i> )	0.261
pertimbangan fungsi ( <i>function</i> )	0.242
pertimbangan merek ( <i>prestige</i> )	0.152
<i>risk taker</i>	0.279
<i>konservatif</i>	0.255

**Sumber : Lampiran 9**

Secara keseluruhan model ini sudah memenuhi kriteria kelayakan dengan nilai p-value dari statistik Wald yang lebih kecil dari taraf kesalahan ( $\alpha$ ) 0.05 ( $p\text{-value} = 1.00 \times 10^{-5}$ ) seperti pada lampiran 9. Tabel 4.4 menunjukkan nilai R<sup>2</sup> untuk setiap variabel penelitian. Variabel yang memiliki nilai R<sup>2</sup> terbesar yaitu pada variabel pekerjaan, yang berarti bahwa karakteristik konsumen K-Liquid Chlorophyll lebih dapat dijelaskan oleh model segmentasi terutama dalam hal komponen demografi yaitu jenis pekerjaan (39.08%), kemudian secara berturut-turut yang dapat dijelaskan oleh model adalah variabel jenis kelamin (33.49%), *risk taker* (27.86%), pertimbangan harga (*price*) (26.07%), konservatif (25.46%), pertimbangan fungsi (*function*) (24.22%), info (20.64%), pertimbangan merek (*prestige*) (15.18%), pendapatan (7.88%), pendidikan (6.36%), dan yang terendah dapat dijelaskan oleh model adalah variabel kerapatan wilayah (5.71%).

Dengan demikian, model LCC yang digunakan untuk tujuan segmentasi konsumen K-Liquid Chlorophyll di Kota Malang dinyatakan layak dengan 39.08% dapat menjelaskan variabel yang mendominasi karakter konsumen yaitu jenis pekerjaan.

#### **4.2.6. Klasifikasi Konsumen K-Liquid Chlorophyll ke dalam Setiap Segmen yang Terbentuk**

Peluang rata-rata (*probmeans*) setiap segmen dari hasil analisis LCC sebagaimana tertera pada Lampiran 7 menunjukkan bahwa untuk setiap segmen yang terbentuk memiliki nilai peluang posterior yang

digunakan untuk menentukan banyaknya anggota segmen tersebut dari keseluruhan obyek pengamatan yang dianalisis, dalam hal ini adalah konsumen K-Liquid Chlorophyll di Kota Malang. Banyaknya anggota setiap segmen yang terbentuk dalam penelitian ini, dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut,

**Tabel 4.5 Cluster Membership Konsumen K-Liquid Chlorophyll**

Segmen/Kelompok (K)	Peluang Posterior ( $\pi_k$ )	Banyaknya anggota dalam Segmen ( $n_k$ )
1	0.499	49
2	0.427	42
3	0.074	7
Jumlah	1.000	N = 98

**Sumber : Hasil Perhitungan dan Lampiran 7**

Berdasarkan Tabel 4.5, ditunjukkan bahwa peluang posterior untuk masing-masing segmen secara berturut-turut sebesar 0.499, 0.427, dan 0.074. Nilai peluang posterior tersebut kemudian dikalikan dengan total sampel pada penelitian ini yaitu 98 konsumen K-Liquid Chlorophyll di Kota Malang. Dengan demikian, diperoleh pada segmen 1 sebanyak 49 konsumen, segmen 2 sebanyak 42 konsumen, dan sisanya sebanyak 7 konsumen menjadi anggota segmen 3. Keterangan mengenai daftar anggota masing-masing segmen yang terbentuk dapat dilihat pada Lampiran 10. Berdasarkan kriteria pada lampiran 10, dapat diketahui karakteristik untuk masing-masing variabel penelitian dalam segmen-segmen yang terbentuk.

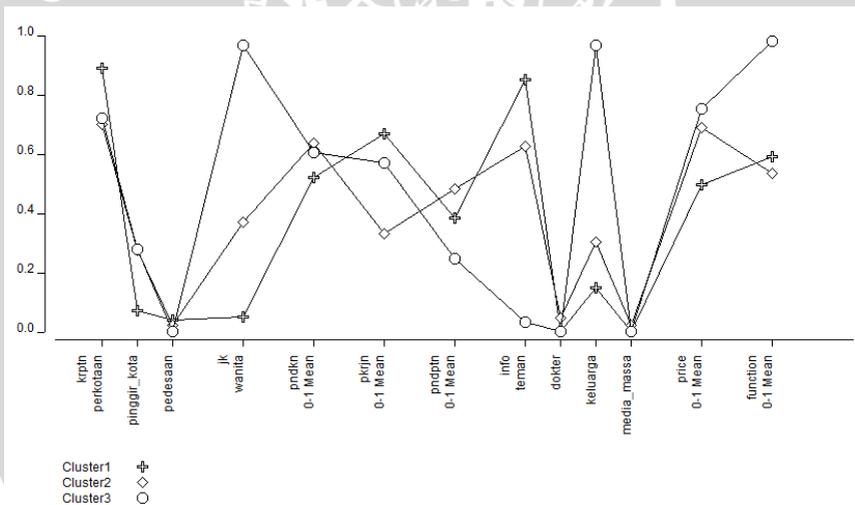
#### **4.2.7. Karakteristik Setiap Segmen yang Terbentuk**

Karakteristik konsumen K-Liquid Chlorophyll pada setiap segmen dalam penelitian ini diidentifikasi melalui Tabel 4.6 tentang deskripsi setiap segmen, profil-plot pada Gambar 4.2, dan tri-plot pada Gambar 4.3, sebagaimana berikut:

**Tabel 4.6. Deskripsi Setiap Segmen Berdasarkan Nilai Rata-Rata**

Variabel	Rata-rata		
	segmen 1	segmen 2	segmen 3
Kerapatan	perkotaan	pinggir kota	perkotaan
jenis kelamin	pria	pria	wanita
Pendidikan	Diploma	S1	Diploma
Pekerjaan	wiraswasta	karyawan swasta	karyawan swasta dan wiraswasta
pendapatan per bulan	1000000-1500000	1000000-1500000	1000000-1500000
Info	teman	keluarga	keluarga
pertimbangan harga ( <i>price</i> )	tidak setuju	sangat setuju	setuju
pertimbangan fungsi ( <i>function</i> )	netral	netral	sangat setuju
pertimbangan merek ( <i>prestige</i> )	setuju	setuju	netral
<i>risk taker</i>	tidak setuju	setuju	netral
<i>Konservatif</i>	setuju	kurang setuju	netral

**Sumber : Hasil Perhitungan dan Lampiran 10**



**Gambar 4.2. Profil-Plot Konsumen K-Liquid Chlorophyll tiap segmen**



dipertimbangkan oleh konsumen pada segmen ini dibandingkan konsumen pada segmen 2 dan segmen 3, sebagaimana ditunjukkan oleh profil-plot pada Gambar 4.2. Dalam hal pertimbangan fungsi, konsumen pada segmen ini memberikan persepsi netral, yang berarti bahwa fungsi dari produk *herbal drink* K-Liquid Chlorophyll merupakan pertimbangan yang fleksibel. Namun, konsumen segmen ini cenderung mempertimbangkan merek (*prestige*) dari produk *herbal drink* yang dikonsumsi. Merek yang sudah umum didengar dan terkenal atau sudah merupakan merek yang dikonsumsi oleh orang-orang terdekat, dapat mempengaruhi loyalitas konsumen pada segmen ini terhadap produk *herbal drink* yang dikonsumsi. Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa konsumen pada segmen ini cenderung bersifat konservatif dengan mengonsumsi produk *herbal drink* yang sudah biasa dikonsumsi oleh kalangan keluarga atau teman. Dengan demikian, pada penelitian ini sebanyak 49 konsumen pada segmen 1 cenderung mengutamakan merek yang sudah umum dan terkenal di kalangan orang-orang terdekat daripada harga dan fungsi dari produk dan konsumen memiliki sifat konservatif (tidak suka mencoba-coba) serta percaya pada produk yang sudah dikonsumsi khususnya oleh keluarga dan teman.

## 2. Karakteristik Segmen 2

Segmen 2 pada penelitian ini terdiri dari 42 konsumen K-Liquid Chlorophyll yang sebagian besar adalah pria yang tinggal di daerah perkotaan dengan tingkat pendidikan terakhir adalah S1. Konsumen bekerja sebagai karyawan swasta dengan pendapatan per bulan sebesar Rp 1.000.000,- sampai Rp 1.500.000,- yang sama dengan pendapatan per bulan pada segmen 1. Sebagian besar konsumen mendapatkan info mengenai produk dari teman sebagaimana tertera pada Tabel 4.6 dan tri-plot pada Gambar 4.3. Tri-plot pada Gambar 4.3, menunjukkan simbol info dari keluarga pada grafik tersebut berada pada tingkatan teratas. Harga dan merek merupakan 2 hal yang dipertimbangkan oleh konsumen pada segmen ini, namun harga menjadi pertimbangan utama dalam memilih produk *herbal drink* yang dikonsumsi. Kondisi tersebut didukung dengan tri-plot pada Gambar 4.3 yang menunjukkan bahwa simbol variabel harga dengan keterangan sangat setuju (**∇ sangat setuju**) yang berarti bahwa konsumen menyatakan sangat setuju tentang pertimbangan harga dalam pemilihan produk *herbal drink* yang

dikonsumsi. Tabel 4.6 menunjukkan bahwa fungsi produk tidak terlalu menjadi pertimbangan bagi konsumen pada segmen 2. Pada Gambar 4.3 ditunjukkan bahwa konsumen cenderung bersifat *risk taker* yang berarti bahwa konsumen lebih suka mencoba-coba produk *herbal drink* baru. Dengan demikian, konsumen pada segmen ini cenderung bersifat *risk taker* (suka mencoba-coba) produk baru dan lebih memfokuskan pemilihan produk minuman kesehatan berdasarkan pertimbangan harga.

### 3. Karakteristik Segmen 3

Sebagian besar konsumen pada segmen 3 merupakan wanita bertempat tinggal di daerah perkotaan dengan tingkat pendidikan terakhir adalah Diploma. Jenis pekerjaan rata-rata adalah karyawan swasta dan wiraswasta dengan pendapatan per bulan sebesar Rp 1.000.000,- sampai Rp 1.500.000,-. Konsumen mendapatkan info mengenai produk K-Liquid Chlorophyll sebagian besar dari keluarga, sebagaimana tertera pada Tabel 4.6. Dalam memilih produk *herbal drink* yang dikonsumsi, ada dua hal yang dipertimbangkan oleh konsumen pada segmen 3 yaitu harga dan fungsi produk, namun fungsi dari produk merupakan pertimbangan utama yang digunakan oleh konsumen pada segmen ini. Merek merupakan pertimbangan yang fleksibel, hal ini didukung dari hasil tri-plot pada Gambar 4.3 yang menunjukkan bahwa simbol untuk fungsi berada pada tingkatan teratas dan konsumen memberikan persepsi sangat setuju pada aspek tersebut (+ sangat setuju). Konsumen pada segmen ini tidak cenderung bersifat *risk taker* dan tidak juga konservatif, konsumen memberikan persepsi netral terhadap aspek kecenderungan dalam hal pemilihan produk. Jadi, berdasarkan uraian tersebut dapat dinyatakan bahwa konsumen pada segmen 3 cenderung mempertimbangkan fungsi produk namun konsumen bersikap netral terhadap pola pemilihan produk minuman kesehatan, tidak cenderung konservatif dan tidak pula bersifat *risk taker*.

### 4. Karakteristik Segmen Secara Keseluruhan

Secara keseluruhan, terbentuk 3 segmen konsumen K-Liquid Chlorophyll dengan karakteristik konsumen dari masing-masing segmen yaitu segmen 1 merupakan segmen yang konsumennya cenderung mempertimbangkan merek dan lebih bersifat konservatif. Konsumen pada segmen 2 cenderung bersifat *risk taker* (suka mencoba-coba) produk baru dengan lebih mempertimbangkan harga produk. Segmen 3

merupakan segmen yang bersikap netral terhadap kecenderungan pemilihan produk dan lebih mengutamakan fungsi produk.

Dengan kondisi segmen yang demikian, menunjukkan bahwa konsumen K-Liquid Chlorophyll sebagian besar lebih mempertimbangkan merek dan cenderung bersifat konservatif (percaya pada produk minuman kesehatan yang dikonsumsi saat ini). Secara garis besar, manfaat yang diperoleh perusahaan produk K-Liquid Chlorophyll dari hasil analisis ini adalah mendapatkan gambaran secara lebih terinci mengenai karakteristik konsumennya berdasarkan kondisi geografi, demografi, dan perilaku konsumennya sehingga untuk ke depannya dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan diskusi untuk perencanaan dan pelaksanaan pemasaran produk K-Liquid Chlorophyll.

