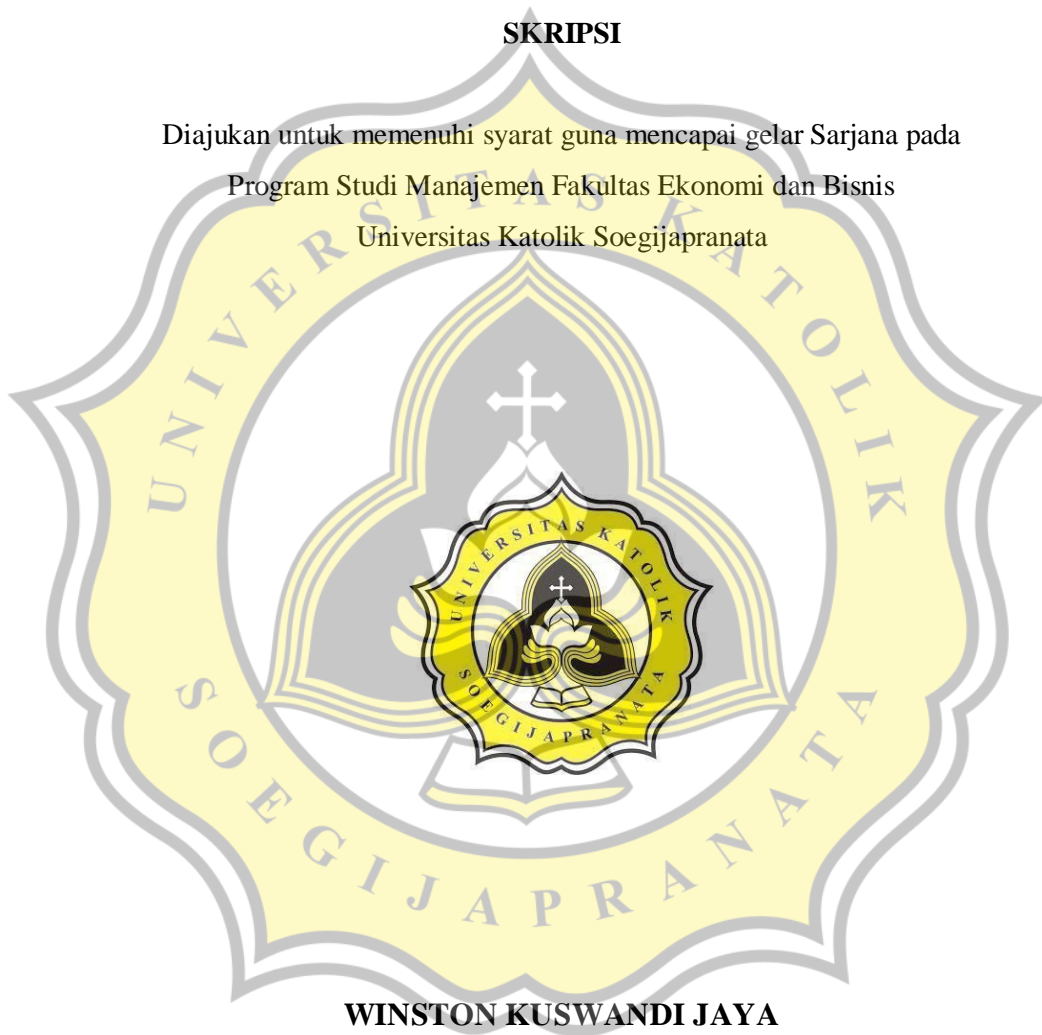


**ANALISIS PROFIL KONSUMEN BERDASARKAN ASPEK GEOGRAFI,
DEMOGRAFI, PSIKOGRAFI DAN PERILAKU KONSUMEN KIMSTOPOKKI
(MAKANAN KOREA) DI KOTA CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata



WINSTON KUSWANDI JAYA

17.D1.0146

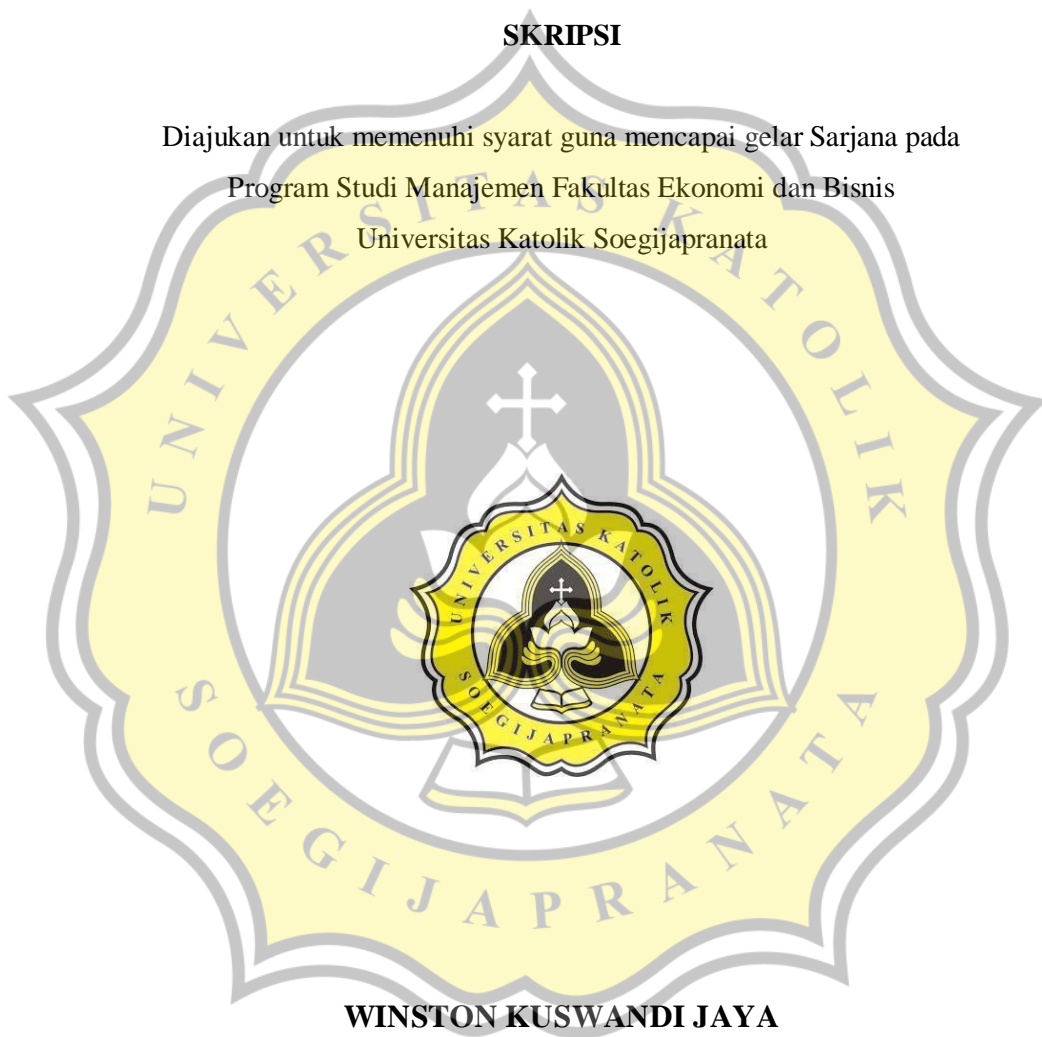
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2024

**ANALISIS PROFIL KONSUMEN BERDASARKAN ASPEK GEOGRAFI,
DEMOGRAFI, PSIKOGRAFI DAN PERILAKU KONSUMEN KIMSTOPOKKI
(MAKANAN KOREA) DI KOTA CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata



WINSTON KUSWANDI JAYA

17.D1.0146

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2024

ABSTRAK

Makanan korea saat ini sudah dikenal oleh banyak masyarakat Indonesia, dan terlebih lagi mengalami peningkatan dalam pengonsumsiannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis segmentasi profil konsumen Kimstopokki berdasarkan aspek geografis, aspek demografis, aspek psikografis dan aspek perilaku. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode penelitian berupa data primer dengan cara bertanya langsung melalui pengisian kuisioner kepada konsumen serta pengamatan langsung yang dilakukan di Toko Kimstopokki Kota Cirebon. Hasil Penelitian menunjukkan pada aspek geografi mayoritas konsumen berasal dari wilayah Cirebon dan sekitarnya. Jarak tempuh dan preferensi pembelian online/offline serta jenis kendaraan yang digunakan juga menjadi faktor penting untuk menyesuaikan strategi pemasaran. Pada aspek demografi mayoritas konsumen adalah perempuan dengan rentang usia 19-26 tahun. Informasi mengenai pekerjaan, penghasilan, dan pengeluaran juga memberikan wawasan penting untuk merancang strategi pemasaran yang lebih tertarget. Pada aspek psikografi pemahaman terhadap aktivitas, gaya hidup, dan kepribadian konsumen membantu menyusun pesan pemasaran yang efektif dan menarik bagi target pasar. Tanggapan positif terhadap pelayanan, informasi produk, dan harga juga penting untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Pada aspek perilaku konsumen pengetahuan dan tanggapan positif konsumen terhadap kelebihan produk Kimstopokki membantu menonjolkan keunggulan produk strategi pemasaran Kimstopokki.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Konsumen Profil, Segmentasi Pasar

ABSTRACT

Korean food is now well known to many Indonesians, and moreover there has been an increase in consumption of Korean food. The aim of this research is to analyze the Kimstopokki consumer profile segmentation based on geographical aspects, demographic aspects, psychographic aspects and behavioral aspects. This research uses qualitative descriptive research with research methods in the form of primary data by asking questions directly by filling out questionnaires to consumers as well as direct observations carried out at the Kimstopokki Shop, Cirebon City. The research results show that in terms of geography, the majority of consumers come from the Cirebon area and its surroundings. Distance traveled and online/offline purchasing preferences as well as the type of vehicle used are also important factors for adjusting marketing strategies. In terms of demographics, the majority of consumers are women with an age range of 19-26 years. Information about employment, income, and expenses also provides important insights for designing more targeted marketing strategies. In the psychographic aspect, understanding consumer activities, lifestyles and personalities helps develop marketing messages that are effective and attractive to the target market. Positive responses to service, product information, and pricing are also important for improving customer experience. In the consumer behavior aspect, consumer knowledge and positive responses to the advantages of Kimstopokki products help highlight the advantages of Kimstopokki's marketing strategy products.

Keyword : Marketing Strategy, Consumer Profile, Market Segmentation