

ABSTRAK

SARIANA, Tahun 2018 Analisis Dimensi Gaya Hidup terhadap penentuan segmentasi pasar pada Giant Cabang Alauddin Makassar, skripsi program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dibimbing oleh pembimbing I **Dr. Idham Khalik, SE.,MM** dan pembimbing II **Asdar SE.,M.Si**

Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana Dimensi Gaya Hidup Terhadap Penentuan Segmentasi Pasar Pada Giant Cabang Alauddin Makassar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian pendekatan deskriptif kualitatif, yang bermaksud untuk mengumpulkan data dan informasi tentang permasalahan dan kenyataan pada tempat penelitian menurut apa yang didapatkan pada saat penelitian berlangsung. Penelitian dilakukan di Giant Cabang Alauddin Makassar dibagian pemasaran dengan memilih narasumber yang terdiri sebelas orang informan dan salah satunya yaitu kepala bagian Sec. Manager Fresh dan salah satu karyawan dibagian pengelolaan, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik, wawancara, *observation* (pengamatan) serta tehnik dokumentasi. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa dimensi gaya hidup terhadap segmentasi pasar yang diterapkan di Giant cabang Alauddin Makassar ini fasilitas yang lengkap, keputusan harga yang diterapkan, keanekaragaman produk yang banyak, layanan toko yang lengkap, keputusan harga yang diterapkan, keanekaragaman produk yang banyak, layanan toko yang lengkap dan keputusan tempat yang strategis, yang diterapkan manajemen ternyata mampu membuat pelanggan merasa nyaman saat berbelanja maka penerapan segmentasi pasar sangatlah efektif dan meningkatkan kepuasan berbelanja.

Kata kunci : Aktivitas, Minat dan Pendapat