

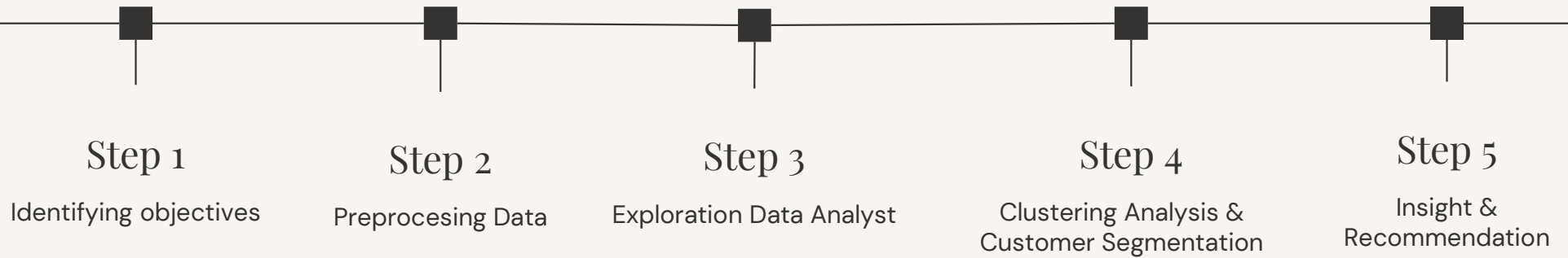
CREATED BY SAEFUL AMRI

# Customer Segmentation

# Background Overview

Pemahaman yang mendalam terhadap pelanggan menjadi kunci utama dalam strategi segmentasi. Dalam melakukan segmentasi pelanggan, kami mempertimbangkan beberapa variabel kunci yang meliputi jenis kelamin, rentang umur, profesi atau pekerjaan, tipe tempat tinggal, dan nilai belanja setahun. Melalui analisis terhadap kombinasi variabel-variabel ini, kami dapat mengidentifikasi kelompok-kelompok pelanggan yang memiliki karakteristik serupa. Hal ini memungkinkan kami untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih terfokus dan personalisasi sesuai dengan kebutuhan serta preferensi dari masing-masing segmen pelanggan.

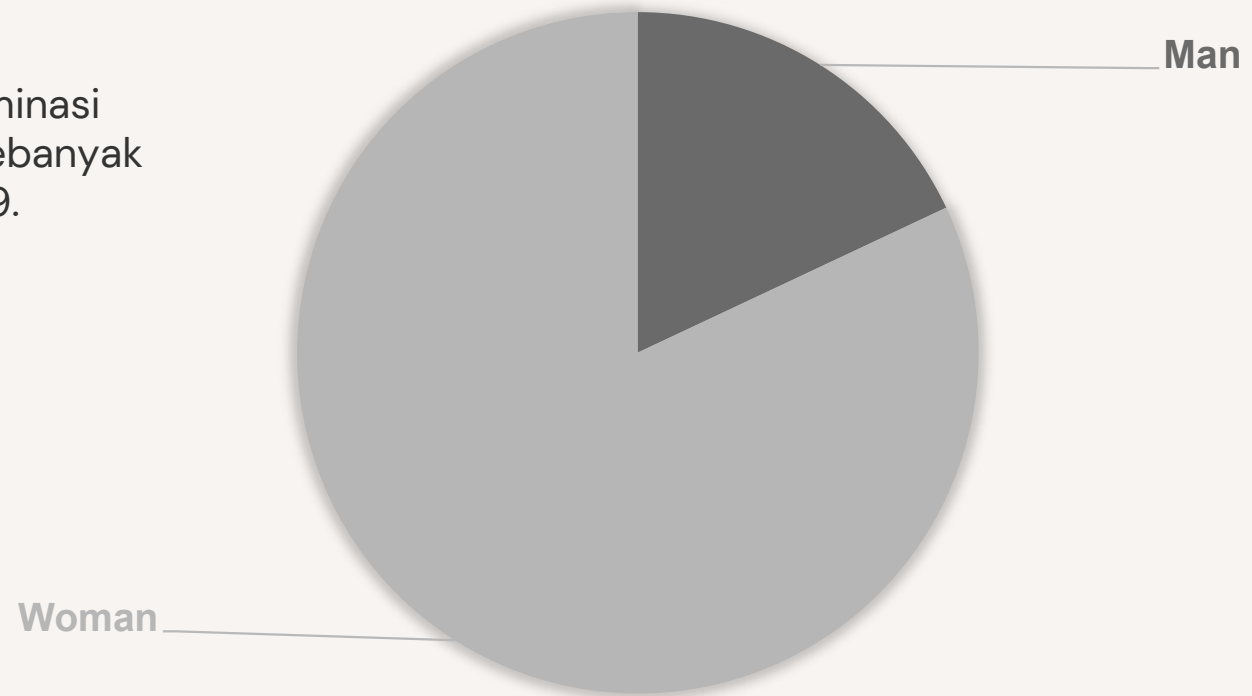
# Methodology



EDA

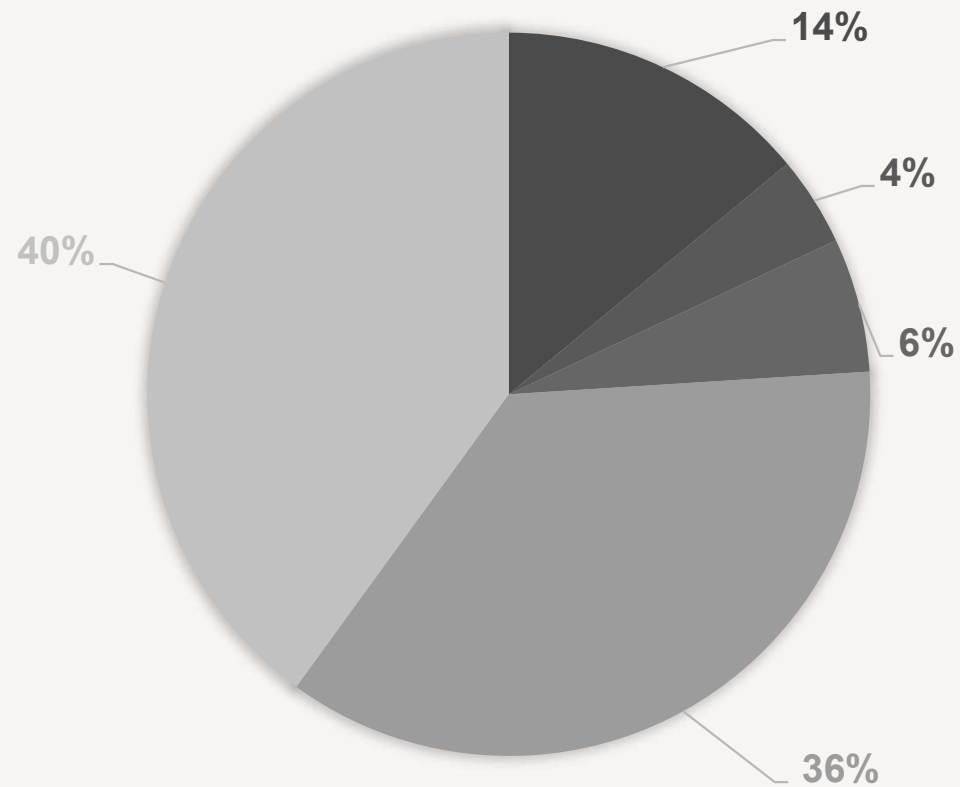
# A CHART OF THE GENDER

Sebagian besar di dominasi oleh kelamin wanita sebanyak 41 dan pria sebanyak 9.

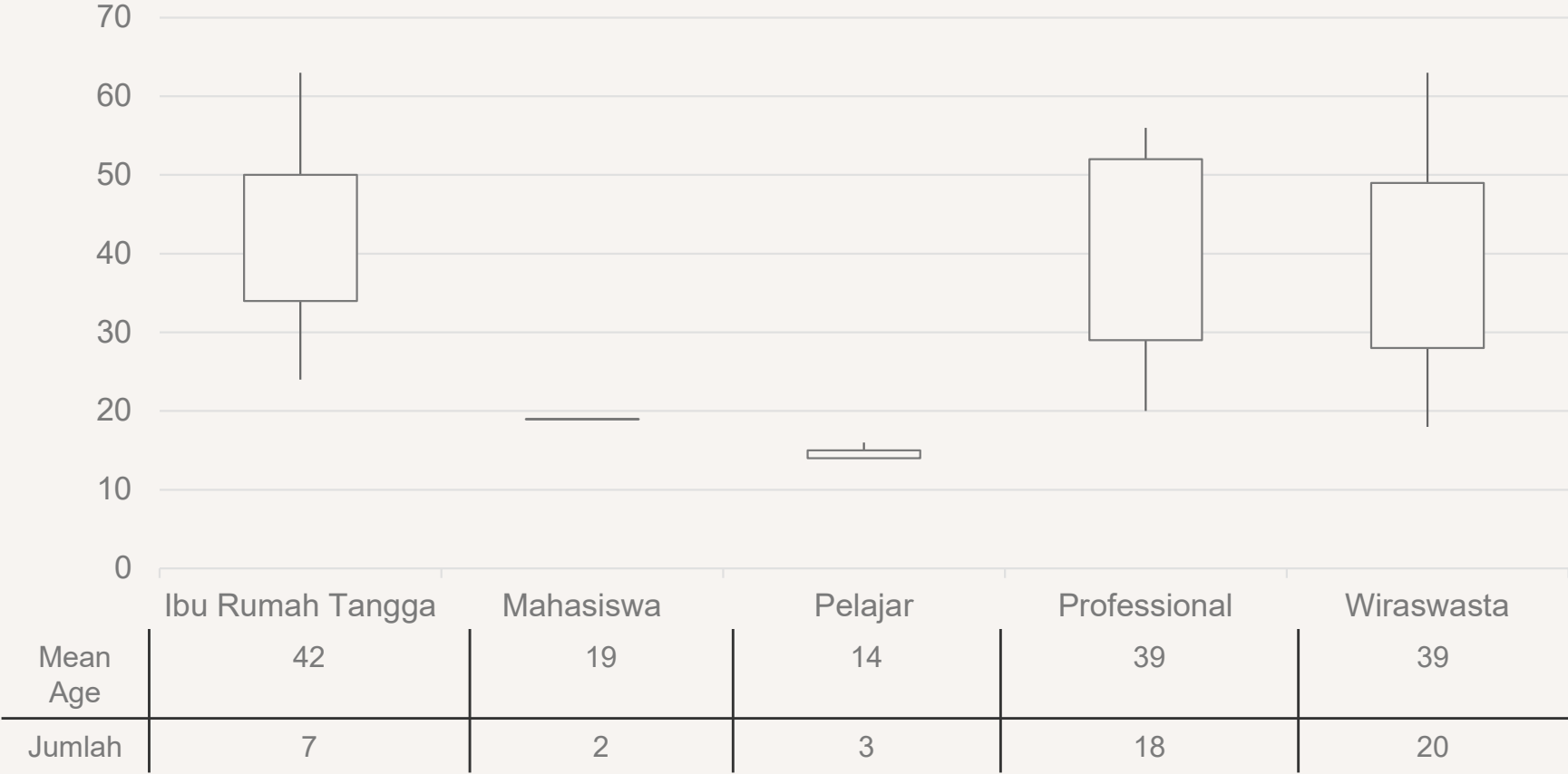


# A CHART OF THE GENDER

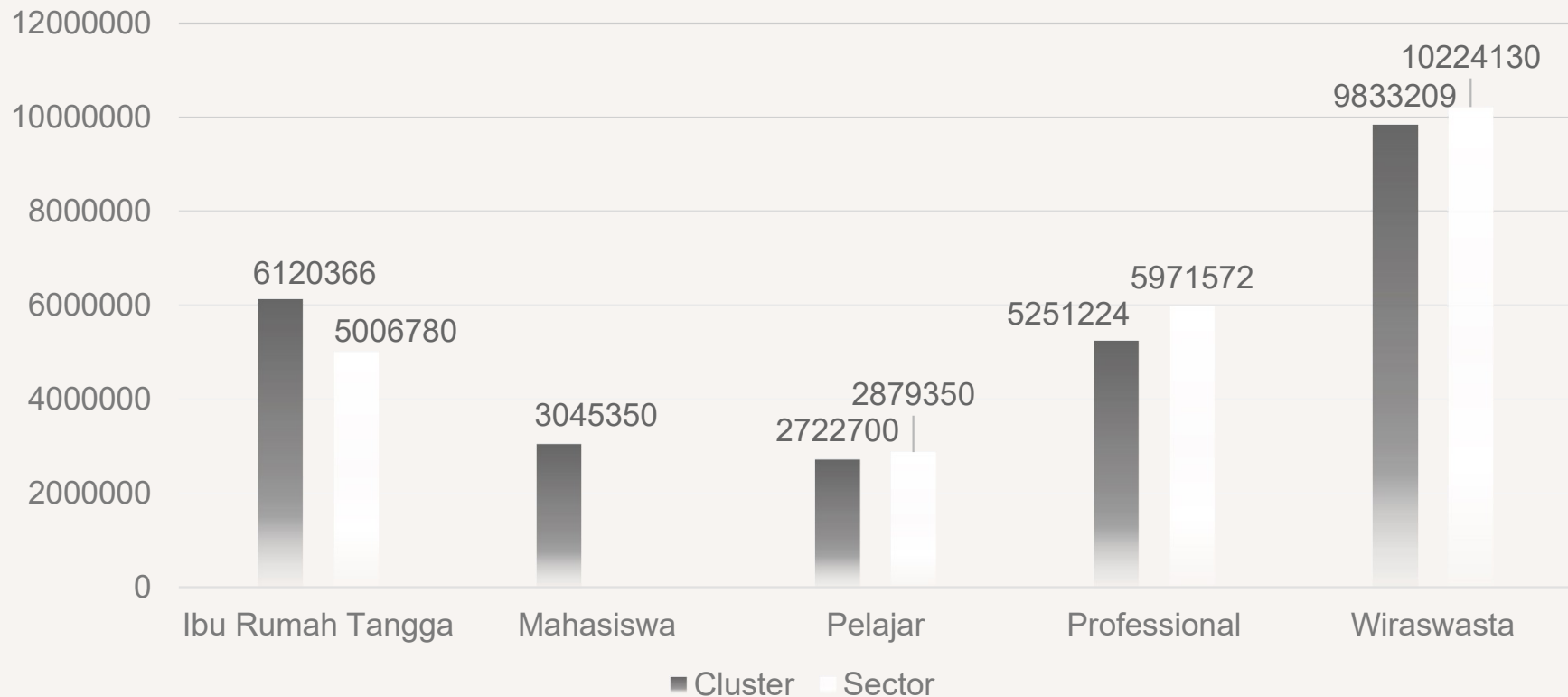
- Ibu Rumah Tangga
- Mahasiswa
- Pelajar
- Professional
- Wiraswasta



# CHART PROFESION BY AGE



# Average Annual Expenditure Value Based on Profession and Resident Type





# Customer Segmentation



## Diamond Senior Member

Average Age : 61

Average Annual Expenditure Value: 8.7 Millions



## Silver Youth Goals

Average Age : 20

Average Annual Expenditure Value: 5.9 Millions



## Gold Young Professional

Average Age : 31

Average Annual Expenditure Value: 7.3 Millions



## Diamond Professional

Average Age : 42

Average Annual Expenditure Value: 8.8 Millions  
or Highest Expenditure Value



## Silver Mid Professional

Average Age : 52

Average Annual Expenditure Value: 6 Millions

# Insight & Recommendation

# INSIGHT & RECOMMENDATION

- Terdapat 5 kelompok data yang telah dibagi ke dalam klaster berdasarkan beberapa kriteria.
- Klaster pertama memiliki 5 data dengan rata-rata usia 61 tahun, dimana 40% dari mereka berjenis kelamin pria dan 60% berjenis kelamin wanita. Mayoritas dari kelompok ini adalah profesional atau pekerja swasta, dengan pengeluaran tahunan rata-rata sekitar 8.7 juta.
- Klaster kedua terdiri dari 12 data dengan rata-rata usia 31 tahun, dimana mayoritas hampir semuanya berjenis kelamin wanita. Mayoritas dari mereka berprofesi sebagai profesional, dengan pengeluaran tahunan rata-rata sekitar 7.3 juta.
- Klaster ketiga terdiri dari 14 data dengan rata-rata usia 20 tahun dan mayoritas berjenis kelamin wanita. Mayoritas dari mereka adalah pelajar atau profesional, dan mereka menghabiskan rata-rata belanja tahunan hampir mencapai 6 juta.
- Klaster keempat terdiri dari 9 data dengan rata-rata usia 42 tahun, semuanya berjenis kelamin wanita, mayoritas dari mereka bekerja sebagai profesional, dan mereka memiliki pengeluaran tahunan rata-rata sebesar 8.8 juta.
- Terakhir, klaster kelima memiliki 10 data dengan rata-rata usia 52 tahun, dimana mayoritas juga berjenis kelamin wanita. Sebagian besar dari kelompok ini berprofesi sebagai profesional dan memiliki pengeluaran tahunan sekitar 6 juta.

# INSIGHT & RECOMMENDATION

## **Klaster Pertama (Usia rata-rata 61 tahun, mayoritas pekerja swasta/profesional dengan pengeluaran tinggi):**

- Produk-produk premium atau eksklusif yang cocok untuk profesional dengan pendapatan tinggi.
- Layanan kesehatan atau kebugaran yang lebih eksklusif seperti keanggotaan gym premium, konsultasi medis pribadi, atau perangkat pelacak kesehatan yang canggih.

## **Klaster Kedua (Usia rata-rata 31 tahun, mayoritas wanita profesional dengan pengeluaran menengah):**

- Produk kecantikan premium, perawatan kulit, atau produk fashion terbaru yang sesuai dengan tren.
- Aksesori elektronik terkini seperti earbuds wireless atau perangkat fashion pintar.

## **Klaster Ketiga (Usia rata-rata 20 tahun, mayoritas wanita pelajar/profesional dengan pengeluaran menengah):**

- Buku-buku pelajaran atau kursus online untuk pendidikan tambahan.
- Gadget atau aksesori yang cocok untuk kebutuhan pelajar seperti tas laptop yang fungsional atau perangkat penyimpanan digital.

## **Klaster Keempat (Usia rata-rata 42 tahun, mayoritas wanita profesional dengan pengeluaran tinggi):**

- Produk-produk mode berkelas tinggi atau aksesori fashion premium.
- Layanan kebugaran eksklusif, seperti langganan gym mewah atau peralatan olahraga berkualitas tinggi.

## **Klaster Kelima (Usia rata-rata 52 tahun, mayoritas wanita profesional dengan pengeluaran menengah):**

- Produk-produk perawatan diri yang berkualitas tinggi seperti perawatan spa, produk perawatan rambut premium, atau keanggotaan klub kebugaran yang komprehensif.

# THANK YOU

✉ [saefulamri681@gmail.com](mailto:saefulamri681@gmail.com)

 <https://www.linkedin.com/in/saeful-amri-Oa7991229/>

 <https://saefulamri.wixsite.com/my-site/>