

ABSTRAK

Asih Yuhesty : Analisis Karakteristik dan Klasifikasi Mahasiswa sebagai Customer Transportasi Berbasis Online di Kota Padang Menggunakan Algoritma CHAID (Studi Kasus Mahasiswa Kampus Air Tawar Barat UNP)

Transportasi Berbasis Online merupakan salah satu fitur pelayanan jasa yang memanfaatkan perkembangan teknologi dalam pengoperasiannya. Keberadaan Transportasi Berbasis Online (TBO) semakin marak terjadi di kota-kota besar termasuk Kota Padang. Keberadaan TBO ini banyak mendapatkan respon yang berbeda-beda dari berbagai kalangan pasar, salah satunya adalah mahasiswa. Berdasarkan respon penggunaannya terhadap TBO mahasiswa dibedakan menjadi 4 tipe *customer* yakni *Loyal Customer*, *Repeat Customer*, *New Customer* dan *Unprofitable Customer*. Setiap tipe memiliki karakteristiknya masing-masing. Karakteristik *Customer* dibangun melalui 4 faktor yakni budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Keempat faktor ini membangun karakteristik mahasiswa menjadi asal daerah, tempat tinggal saat ini, sumber pemberi informasi, jenis kelamin, uang saku perbulan, kepemilikan kendaraan pribadi, alasan penggunaan, hal yang menjadi pertimbangan, dan pemberi pengaruh untuk menggunakan. Untuk mengklasifikasikan karakteristik-karakteristik ini maka dilakukan analisis menggunakan algoritma CHAID.

Analisis Algoritma CHAID adalah salah satu analisis data kategorik yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor dan pengklasifikasian data. Dalam hal ini bertujuan untuk melihat faktor-faktor yang mencirikan mahasiswa sebagai *customer* TBO, serta pengklasifikasian karakteristik pada setiap tipe *customer* berdasarkan tingkat loyalitasnya. Penelitian ini dilakukan terhadap 500 orang mahasiswa UNP pengguna TBO yang terpilih sebagai sample secara *purposive*.

Hasil penelitian dengan menggunakan analisis CHAID ini menghasilkan 5 pengklasifikasian karakteristik mahasiswa sebagai *customer* TBO dan 4 faktor yang berpengaruh signifikan terhadap karakteristik mahasiswa sebagai customer TBO berdasarkan tingkat Loyalitasnya. Analisis CHAID menunjukkan pengklasifikasian kelompok customer tersebut berdasarkan siapa yang mempengaruhi mahasiswa untuk melakukan pembelian, kepemilikan kendaraan pribadi, uang saku perbulan dan asal daerahnya. Dengan karakteristik terbesar untuk loyal customer adalah mahasiswa yang menggunakan TBO karena keinginan sendiri, tidak memiliki kendaraan pribadi dan berasal dari kota. Sedangkan karakteristik sedikit untuk tingkat loyalitasnya adalah mahasiswa yang menggunakan TBO karena dipengaruhi oleh orang lain.

Keyword : TBO, *Customer*, Klasifikasi.