

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Segmentasi Pasar, Target, Dan Posisi Penjualan Dengan Strategi Harga Sebagai Variabel *Intervening* terhadap Keputusan Pembelian Usaha Angkringan Pemuda Se-Kecamatan Wonodadi Blitar” yang ditulis oleh Khoiril Syahrul Ramadhan NIM. 12405183369, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, UIN Tulungagung Dosen pembimbing Sri Eka Astutiningsih, SE.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi segmentasi pasar, target, posisi penjualan berpengaruh terhadap strategi harga usaha Angkringan Pemuda Se-Kecamatan Wonodadi Blitar. Segmentasi pasar, target, posisi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian usaha Angkringan Pemuda Se-Kecamatan Wonodadi Blitar. Segmentasi pasar, target, posisi penjualan melalui strategi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian usaha Angkringan Pemuda Se-Kecamatan Wonodadi Blitar.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis penelitian asosiatif. Sampel yang digunakan adalah sampel jenuh yaitu menggunakan seluruh anggota populasi sebagai sampel yang berjumlah 100 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan kuesioner yang diberikan kepada para usaha Angkringan Pemuda Se-Kecamatan Wonodadi Blitar yang berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*Path Analysis*) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 dengan menggunakan *SPSS 23*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa segmentasi pasar, target, posisi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi harga usaha Angkringan Pemuda Se-Kecamatan Wonodadi Blitar. Segmentasi pasar, target, posisi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian usaha Angkringan Pemuda Se-Kecamatan Wonodadi Blitar. Segmentasi pasar, target, posisi penjualan melalui strategi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian usaha Angkringan Pemuda Se-Kecamatan Wonodadi Blitar.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Market Segmentation, Targets, and Sales Positions With Price Strategy as an Intervening Variable on Purchase Decisions for Youth Angkringan Businesses in Wonodadi Blitar District" written by Khoiril Syahrul Ramadhan NIM. 12405183369, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Business Management, UIN Tulungagung Supervisor Sri Eka Astutiningsih, SE.,M.M.

This study aims to determine the market segmentation strategy, target, sales position affect the price strategy of the Youth Angkringan business in Wonodadi District, Blitar. Market segmentation, target, sales position affect the purchasing decision of the Youth Angkringan business in Wonodadi Blitar District. Market segmentation, target, sales position through price strategy affect the purchasing decision of the Youth Angkringan business in Wonodadi Blitar District.

The research uses a quantitative approach, the type of associative research. The sample used is a saturated sample that uses all members of the population as a sample of 60 respondents. The data used in this study is primary data obtained by questionnaires given to employees of the purchasing decision of the Youth Angkringan business in Wonodadi Blitar District.e, totaling 100 respondents. The data analysis technique used is path analysis with a significance level of 0.05 using SPSS 23.

The results showed that market segmentation, target, sales position had a positive and significant impact on the pricing strategy of the Youth Angkringan business in Wonodadi District, Blitar. Market segmentation, target, sales position have a positive and significant effect on purchasing decisions for the Youth Angkringan business in Wonodadi Blitar District. Market segmentation, target, sales position through a pricing strategy have a positive and significant effect on purchasing decisions for the Youth Angkringan business in Wonodadi District, Blitar.