

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Volume Penjualan Produk Busana Muslim. (Studi Kasus Pada Toko Ummi Collection Kabupaten Nganjuk)” ini ditulis oleh Zumrotul Nur Halimah, NIM 2824133129, pembimbing Hj. Amalia Nuril Hidayati, M.Sy.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh sebuah fenomena bahwa perkembangan dunia bisnis yang setiap tahunnya berkembang dengan pesat. Dari perkembangan tersebut tentunya memiliki sebuah yang sesuai dengan targetnya. Dalam pencapaian target tersebut tentunya harus melakukan strategi segmentasi pasar yang tepat agar target toko sesuai dengan yang diinginkan. Segmentasi memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan. Dengan membagi pasar menjadi segmen-segmen akan memberikan gambaran bagi perusahaan untuk menetapkan segmen mana yang akan dilayani.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apakah variabel segmentasi geografis berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan produk busana muslim pada toko Ummi Collection Kabupaten Nganjuk? (2) Apakah variabel segmentasi demografis berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan produk busana muslim pada toko Ummi Collection Kabupaten Nganjuk? (3) Apakah variabel segmentasi psikografis berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan produk busana muslim pada toko Ummi Collection Kabupaten Nganjuk? (4) Apakah variabel segmentasi perilaku berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan produk busana muslim pada toko Ummi Collection Kabupaten Nganjuk? (5) Apakah variabel segmentasi geografis, demografis, psikografis, perilaku berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap volume penjualan produk busana muslim pada Toko Ummi Collection kabupaten Nganjuk?

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Metodologi analisisnya menggunakan regresi berganda , uji yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, Uji Asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedasitas, dan uji autokorelasi, kemudian uji regresi berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Dari uji regresi berganda dapat disimpulkan bahwa, (1) Segmentasi Geografis secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. (2) Segmentasi Demografis secara parsial Berpengaruh positif, dan signifikan terhadap volume penjualan. (3) Segmentasi Psikografis secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. (4) Segmentasi Perilaku secara parsial berpengaruh positif, dan signifikan terhadap volume penjualan. (5) Secara bersama-sama atau simultan segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis, segmentasi perilaku berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

Kata kunci : Strategi, Segmentasi Pasar, Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Market Segmentation Strategy on Sales Volume of Muslim Clothing Products (Case Study at Ummi Collection Store of Nganjuk Regency)" was written by Zumrotul Nur Halimah, NIM 2824133129, supervisor of Hj. Amalia Nuril Hidayati, M.Sy.

This study is based on a phenomenon that the development of the business world is growing rapidly every year. From the development of course has a match with the target. In the achievement of these targets would have to do the right market segmentation strategy to target stores in accordance with the desired. Segmentation has an important role in a company By dividing the market into segments will give an idea for the company to determine which segment will be served.

The formulation of the problem in this research is (1) Is the variable of geographical segmentation have significant effect to the sales volume of Moslem fashion product at Ummi Collection shop of Nganjuk regency? (2) Do demographic segmentation variables significantly affect the sales volume of Muslim fashion products at Ummi Collection shop Nganjuk regency? (3) Does the psychographical segmentation variable significantly influence the sales volume of Moslem fashion product at Ummi Collection shop of Nganjuk regency? (4) Is behavioral segmentation variable having significant effect to sales volume of Muslim fashion product at Ummi Collection shop of Nganjuk regency? (5) Is the geographical, demographic, psychographic, behavioral variables significantly affecting the sales volume of Muslim fashion products at Ummi Collection Shop Nganjuk regency?

In this study using a quantitative approach with the type of associative research. The analytical methodology used multiple regression, the test used was validity test, reliability test, classical assumption test consisting of normality test, multicollinearity test, heterokedasity test, and autocorrelation test, then multiple regression test, coefficient of determination, and hypothesis test.

From multiple regression test can be concluded that, (1) Geographical Segmentation partially have positive and significant effect to sales volume. (2) Demographic Segmentation partially Positive, and significant impact on sales volume. (3) Psychographic segmentation is partially positive and significant effect on sales volume. (4) Partial behavioral segmentation has a positive effect, and significant to sales volume. (5) Simultaneously or simultaneously geographical segmentation, demographic segmentation, psychographic segmentation, behavioral segmentation have significant effect on sales volume.

Keywords : Strategy, Market Segmentation, Sales Volume