

PENGARUH SEGMENTASI PASAR TERHADAPPENINGKATAN PENJUALAN SEPATUPADA CV.MULIA

MURTI ARIBOWO, PRIHANTORO,SE.,MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2003

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : manajemen pemasaran

Abstraksi :

ABSTRAKSI Murti Aribowo. 11200257 PENGARUH SEGMENTASI PASAR TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN SEPATU PADA CV. MULIA. PI. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2003 Kata Kunci : Segmentasi Pasar (vi + 36) Segmentasi pasar adalah pembagian suatu pasar yang para pembeli bermacam-macam kedalam perangkat-perangkat (satuan-satuan), pembeli-pembeli (costemer) yang homogen, yang kepada tiap perangkat yang homogen itu dijadikan sasaran pasar dengan suatu marketing mix sendiri. Perusahaan sebagai sarana untuk memenuhi atau melayani kebutuhan dan keinginan konsumen guna peningkatan penjualan. Dalam meningkatkan penjualan akan sangat tergantung pada aktifitas yang dijalankan oleh perusahaan, aktifitas tersebut dapat berupa peningkatan kualitas produk, harga jual produk, media promosi, aktifitas dari penyaluran / wilayah distribusi. Dalam penulisan ilmiah ini penulis mengambil data dari CV.MULIA yang beralamat di Jl.Raya Ciomas 324 Bogor, Jawa Barat. Dan untuk menganalisis penulis menggunakan metode analisis Regresi, Korelasi, dan Determinasi. Hasil akhir dari penelitian analisis regresi menghasilkan persamaan linier pada daerah : Jakarta $Y = 269.233 + 11.322 X$, Jawa Barat $Y = 210 + 11.823 X$, Jawa Tengah $Y = 300.716 + 11.322 X$. Sedangkan untuk hasil koefisien korelasi menghasilkan nilai : Jakarta $r = 0.9746$, Jawa Barat $r = 0.9753$, Jawa Tengah $r = 0.9691$, (mendekati + 1). Sedangkan hasil determinasi menghasilkan nilai : Jakarta $d = 94.98 \%$, Jawa Barat $d = 95.12 \%$, Jawa Tengah $d = 93.91 \%$ dimana dari hasil ketiga daerah tersebut menunjukkan hasil yang baik dalam melakukan kegiatan segmentasi pada perusahaan CV. MULIA. Daftar Pustaka (1988 1998) ii