

ABSTRAKSI

Arri Syadah, 2023, Pengaruh Kualitas Produk dan Segmentasi Pasar terhadap Tingkat Penjualan pada UD. Ngremboko Kencono PS

Dosen Pembimbing (1) Dr. Ujang Syahrul M., S.S.,S.E.,M.Si.,M.M

(2) Erwin Syahputra, S.E.,M.M

Pemasaran merupakan serangkaian proses mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan, mulai dari promosi hingga penyaluran barang atau jasa demi tercapainya tujuan perusahaan yaitu terjadinya akad jual beli sehingga menghasilkan laba atau keuntungan. Perusahaan yang memiliki konsep pemasaran yang baik tidak akan pernah luput dari adanya perilaku konsumen yang memengaruhi tingkat penjualannya. Tingkat penjualan pada perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor untuk menarik pelanggan. Bagi perusahaan distributor ataupun *poultryshop*, penjualan yang meningkat memiliki arti penting untuk dipelajari. Dengan mengetahui tingkat penjualan, perusahaan dapat menelaah dan kemudian menentukan faktor sampai strategi yang bagaimana yang dapat memengaruhi tingkat penjualan.

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut : 1) Bagaimana pengaruh variabel kualitas produk secara parsial dan signifikan terhadap tingkat penjualan pada UD. Ngremboko Kencono PS; 2) Bagaimana pengaruh segmentasi pasar secara parsial dan signifikan terhadap tingkat penjualan pada UD. Ngremboko Kencono PS; 3) Bagaimana pengaruh kualitas produk dan segmentasi pasar secara simultan dan signifikan terhadap tingkat penjualan pada UD. Ngremboko Kencono PS.

Dengan mengambil sampel yaitu pelanggan tetap UD. Ngremboko Kencono sebanyak 50 orang dengan menggunakan teknik analisa korelasi dan regresi. Hasil analisa dapat disimpulkan : 1) Kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap tingkat penjualan pada UD. Ngremboko Kencono PS; 2) Segmentasi pasar berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap tingkat penjualan pada UD. Ngremboko Kencono PS; 3) Kualitas produk dan segmentasi pasar berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap tingkat penjualan pada UD. Ngremboko Kencono PS.

Kata Kunci : kualitas produk, segmentasi pasar, tingkat penjualan.