

ANALISIS *SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING*

DALAM MENINGKATAN PENJUALAN

(Suatu Studi pada Toko Rizky Plastik)

ARTIKEL

**Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Strata Satu**



Oleh,

RINA HERLIANA

3402180221

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH**

2022

**ANALISIS SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(Suatu Studi Pada Toko Rizky Plastik)**

Rina Herliana

Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh Ciamis

E-mail : rinaherliana426@gmail.com

ABSTRAK

Pada penelitian ini difokuskan pada analisis *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* dalam meningkatkan penjualan produk di Toko Plastik Rizky. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini adalah bagaimanakah analisis *segmenting*, *targeting* dan *positioning* dalam meningkatkan penjualan di Toko Plastik Rizky?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis *segmenting*, *targeting* dan *positioning* dalam meningkatkan penjualan di Toko Plastik Rizky. Objek penelitian ini adalah pemilik Toko Plastik Rizky. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian dengan pendekatan kualitatif, dimana pengumpulan data penelitian dilakukan dengan triangulasi (gabungan) dari observasi (pengamatan), *interview* (wawancara), dan dokumentasi. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa penerapan *segmenting*, *targeting* dan *positioning* sudah cukup baik sehingga dapat membantu meningkatkan penjualan produk di Toko Rizky Plastik. Diharapkan Toko Rizky Plastik lebih baik lagi dalam menerapkan strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* ini, agar jangkauan pemasaran semakin luas dan penjualan produk semakin meningkat.

Kata kunci: *Segmenting*, *Targeting*, *Positioning*, Penjualan