

ABSTRAK

**Riki Pauji, NIM. 3402190484. “Pengaruh Segmentasi dan Target Pasar Terhadap Volume Penjualan (Suatu Studi Pada UD Mitraku Baregbeg Kabupaten Ciamis”
Dibawah bimbingan Bapak Mochamad Aziz Basari, S.sos., M.M. (Pembimbing I) dan Ibu Risna Kartika, S.E., M.M. (Pembimbing II)**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Segmentasi dan Target Pasar Terhadap Volume Penjualan (Suatu Studi Pada UD Mitraku Baregbeg Kabupaten Ciamis) permasalahan dalam penelitian ini meliputi : (1) bagaimana pengaruh segmentasi pasar terhadap volume penjualan pada UD Mitraku Baregbeg Kabupaten Ciamis? ; (2) bagaimana pengaruh target pasar terhadap volume penjualan pada UD Mitraku Baregbeg Kabupaten Ciamis?; (3) bagaimana pengaruh segmentasi dan target pasar terhadap volume penjualan pada UD Mitraku Baregbeg Kabupaten Ciamis?; Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui 1] pengaruh segmentasi pasar terhadap volume penjualan pada UD Mitraku Baregbeg Kabupaten Ciamis ; 2] pengaruh target pasar terhadap volume penjualan pada UD Mitraku Baregbeg Kabupaten Ciamis ; 3] pengaruh segmentasi dan target pasar terhadap volume penjualan pada UD Mitraku Baregbeg Kabupaten Ciamis .Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penenlitian ini adalah seluruh karyawan UD Mitraku Bargebeg Kabupaten Ciamis dan sampelnya adalah sebanyak 34 orang karyawan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien korelasis berganda, analisis koefisien determinasi,anlisis regresi linear berganda, Uji t dan Uji F. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1] segmentasi pasar berpengaruh terhadap volume penjualan, dengan demikian hipotesis diterima dan teruji kebenarannya. 2] target pasar berpengaruh terhadap volume penjualan, dengan demikian hipotesis diterima dan teruji kebenarannya. 3] segmentasi dan taget pasar berpengaruh terhadap volume penjualan, dengan demikian hipotesis diterima dan teruji kebenarannya. Dengan ini diharapkan UD Mitraku lebih memperhatikan faktor segmentasi dan target pasar agar volume penjualan di UD Mitraku semakin meningkat dan sesuai yang harapan perusahaan.

Kata Kunci : Segmentasi Pasar, Target Pasar, dan Volume Penjualan