

RINGKASAN

EKO HENDRIYANTO SIALLAGAN, PERANAN PENENTUAN SEGMENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN TEH BOTOL SOSRO PADA PT. SINAR SOSRO CABANG MEDAN, di bawah bimbingan Dra. Hj. Rabiab Hasibuan, MM, sebagai Pembimbing I dan Hery Syahrial, SE, MSi, selaku Pembimbing II.

Setiap perusahaan yang ingin meningkatkan volume penjualannya serta melancarkan operasi perusahaan, maka perusahaan tersebut harus menetapkan satu strategi pemasaran yang baik dengan cara menerapkan segmentasi pasar demi kelangsungan hidup perusahaan. Suatu kebijaksanaan diambil oleh pimpinan perusahaan, yaitu digunakan suatu penerapan segmentasi pasar yang hal ini merupakan suatu kelaziman dalam dunia usaha perdagangan. Dengan adanya segmentasi pasar ini maka akan memberi dampak terhadap pencapaian target pasar.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "seberapa besar pengaruh segmentasi pasar terhadap pencapaian target pasar di PT. Sinar Sosro Cabang Medan".

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui bagaimana penerapan segmentasi pasar yang diterapkan oleh PT. Sinar Sosro Cabang Medan dalam meningkatkan pencapaian target pasar.
2. Mengetahui hambatan-hambatan yang ditemui PT. Sinar Sosro Cabang Medan dalam meningkatkan volume penjualan.

Setelah dilakukan pengumpulan data terhadap sampel yang diajukan, serta dilakukan analisis data maka diketahui bahwa PT. Sinar Sosro Cabang Medan adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri pengolahan dan penjualan minuman soft drink (minuman ringan). Struktur organisasi yang diterapkan pada PT. Sinar Sosro Cabang Medan adalah berbentuk struktur organisasi garis. Dari perhitungan korelasi product moment diketahui nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,96 sedangkan berdasarkan tabel r product moment untuk $N = 6$ pada taraf signifikan 5% diperoleh nilai 0,811. Karena nilai r hitung $>$ dari nilai r tabel maka hubungan kedua variabel tersebut dianggap signifikan. Hal ini berarti ada hubungan yang positif antara biaya distribusi terhadap volume penjualan. Sedangkan dari t hitung diketahui bahwa t hitung $>$ t tabel yaitu $6,857 > 2,776$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian berarti ada pengaruh signifikan antara segmentasi pasar terhadap pencapaian target pasar. Dari hasil koefisien korelasi determinasi dapat diketahui bahwa pengaruh segmentasi pasar terhadap pencapaian target pasar sebesar 92,1% sedangkan sisanya 7,9% merupakan pengaruh lain diluar penelitian ini, seperti mutu barang, promosi, harga dan lain sebagainya.