

ABSTRAK

Nama: Sutrisno, NIM: 1620310182, Judul: Analisis Segmentasi Produk, Harga, dan Keragaman Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Toko Jenang Aliya Kudus.

Segmentasi Pasar, Harga dan Keragaman Produk merupakan beberapa metode untuk mencapai tujuan bagi sebuah perusahaan yang dapat menarik minat beli konsumen. Begitu pula dengan toko Jenang Aliya Kudus yang bergerak dalam bidang penjualan produk, yang menerapkan segmentasi pasar, harga, dan keragaman produk dalam meningkatkan minat beli konsumen. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah menjelaskan serta memberi gambaran mengenai analisis segmentasi pasar, harga, dan keragaman produk dalam meningkatkan minat beli konsumen di toko Jenang Aliya Kudus, faktor yang menghambat serta solusinya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan lapangan (*field research*). Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer yang berasal dari hasil wawancara dan sumber data skunder berasal dari hasil observasi, dokumentasi serta dokumen-dokumen terkait, teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Uji keabsahan data menggunakan teknik peningkatan ketekunan dan triangulasi dan teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa analisis segmentasi pasar, harga, dan keragaman produk dalam meningkatkan minat beli konsumen di Toko Jenang Aliya Kudus meliputi data segmentasi pasar, harga, dan keragaman produk dalam meningkatkan minat beli konsumen. Terdapat dua Faktor penghambat dalam segmentasi pasar, harga, dan keragaman produk dalam meningkatkan minat beli konsumen di Toko Jenang Aliya Kudus yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Untuk faktor internal diantaranya pemanfaatan teknologi kurang maksimal untuk pemasaran dan pelayanan kurang maksimal, sementara untuk faktor eksternalnya meliputi: keberadaan pesaing dan kurang terkenalnya *brand image* toko. Adapun solusi yang dapat diberikan terkait adanya faktor penghambat segmentasi pasar, harga dan keragaman produk dalam meningkatkan minat beli konsumen di Toko Jenang Aliya Kudus adalah untuk faktor internal yaitu dengan menambah wawasan tentang pemanfaatan teknologi untuk menunjang kegiatan pemasaran dan menciptakan pelayanan yang aktif penawaran, sementara untuk faktor eksternal adalah menciptakan inovasi strategi pemasaran baru untuk menjadi pembeda dengan pesaing agar mempunyai nilai lebih dihadapan konsumen. dan sosialisasi produk dengan mengikuti acara pameran produk UMKM serta ikut dalam kegiatan masyarakat sebagai sarana untuk membangun *brand image* di masyarakat khususnya di wilayah Kudus dan sekitarnya.

Kata Kunci: Segmentasi Pasar, Harga, Keragaman Produk, Minat Beli