

## **ABSTRAK**

**Anggun Wahyuni (1109324/2011) :Analisis Segmentasi Pasar Pada Rendang ErikaPayakumbuh**  
**Pembimbing :Vidyarini Dwita,SE.MM.**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan memahami segmentasi pasar konsumen pada usaha Rendang Erika di Payakumbuh. Agar dapat menambah dan memberikan masukan dan saran bagi perusahaan sebagai pertimbangan dalam usaha perbaikan dan penyempurnaan kekurangan perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada sebuah perusahaan penghasil produk makanan khas yaitu perusahaan Rendang Erika di kota Payakumbuh.

Penelitian ini menggunakan teknik observasi, teknik pengumpulan data baik secara primer maupun sekunder yaitu, Survey pendahuluan untuk mendapatkan data tentang keadaan dan segala aktifitas perusahaan. Survey lapangan dilaksanakan dengan cara datang langsung ke perusahaan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dengan menggunakan beberapa cara yaitu, observasi merupakan pengamatan langsung, wawancara yaitu pengumpulan data dengan cara Tanya jawab langsung dengan pihak yang bersangkutan, penyebaran kuesioner atau angket dengan cara menyuruh responden mengisi kuesioner yang kita berikan itu dan studi kepustakaan dilaksanakan dengan memperbanyak mencari dan membaca buku serta artikel yang membahas serupa dengan tujuan penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa dari segmentasi geografis responden lebih banyak membeli rendang Erika berasal dari kota Pekanbaru dan Jakarta, dari segmentasi demografi diketahui dari Usia banyak menyukai rendang Erika ini berusia 26 –35 tahun, Jenis kelamin yang lebih banyak membeli rendang Erika ini yaitu yang mempunyai jenis kelamin perempuan, status pernikahannya yang lebih banyak membeli rendang Erika ini yaitu yang sudah menikah/ yang sudah berkeluarga, pendidikan terakhir responden yang lebih banyak membeli rendang Erika ini yaitu yang mempunyai jenjang pendidikan S1, pendapatan responden yang lebih banyak membeli rendang Erika ini yaitu yang mempunyai pendapatan Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000 dan pekerjaan responden yang lebih banyak membeli rendang Erika ini yaitu yang mempunyai pekerjaan PNS. Berdasarkan segmentasi tingkah laku ini diketahui produk yang sering dibeli responden yaitu rendang telur. Berdasarkan segmentasi Psikografis diketahui yaitu bahwa yang membeli rendang Erika ini yang memiliki taraf hidup menengah.