

ABSTRAK

Tujuan dari makalah penelitian ini adalah untuk melakukan analisis komprehensif terhadap segmentasi pasar guna mengidentifikasi kriteria pasar yang paling sesuai bagi Tanigochi Indonesia. Dengan memilih segmen pasar yang tepat, Tanigochi dapat mengembangkan dan menyesuaikan produknya secara efektif untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi khusus dari konsumen targetnya. Segmentasi pasar memainkan peran penting dalam membangun merek, karena melibatkan proses identifikasi dan pembagian target pasar berdasarkan berbagai karakteristik konsumen, termasuk demografi, perilaku, motivasi, dan minat.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif, khususnya menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui wawancara. Dengan melakukan wawancara dengan calon pelanggan dan mempelajari preferensi serta perilaku pembelian mereka, wawasan berharga dapat diperoleh untuk menginformasikan strategi segmentasi pasar Tanigochi. Pendekatan kualitatif ini memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap kebutuhan konsumen, memungkinkan Tanigochi untuk membuat keputusan yang terinformasi mengenai target pasar dan pengembangan produknya.

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah dua bagian. Pertama, tujuannya adalah untuk memberikan gambaran komprehensif kepada Tanigochi mengenai segmen pasar yang paling sesuai untuk masuk. Dengan menganalisis karakteristik dan preferensi konsumen, temuan penelitian akan membimbing Tanigochi dalam mengidentifikasi pasar target di mana produknya paling mungkin berkembang. Pengetahuan ini akan memberdayakan

Sebagai kesimpulan, makalah penelitian ini mengatasi aspek kritis analisis segmentasi pasar bagi Tanigochi Indonesia. Melalui metode penelitian kualitatif dan wawancara, studi ini mencari untuk mengidentifikasi kriteria pasar yang paling sesuai untuk produk-produk Tanigochi. Dengan memanfaatkan kekuatan segmentasi pasar, Tanigochi dapat menyesuaikan penawarannya secara efektif untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi khusus dari konsumen targetnya. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan minat dalam wirausaha hijau, mendorong calon pengusaha untuk menjelajahi peluang bisnis dan untuk hasil penelitian ini adalah Berfokus pada segmen pasar “Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Internasional yang Peduli Kesehatan dan Kesejahteraan”, karakteristik utama dari segmen ini antara lain minat terhadap makanan sehat, kesejahteraan, dan dukungan untuk praktik berkelanjutan. Oleh karena itu, ini merupakan kategori segmentasi pasar yang tepat bagi Tanigochi untuk menentukan segmen pasarnya.