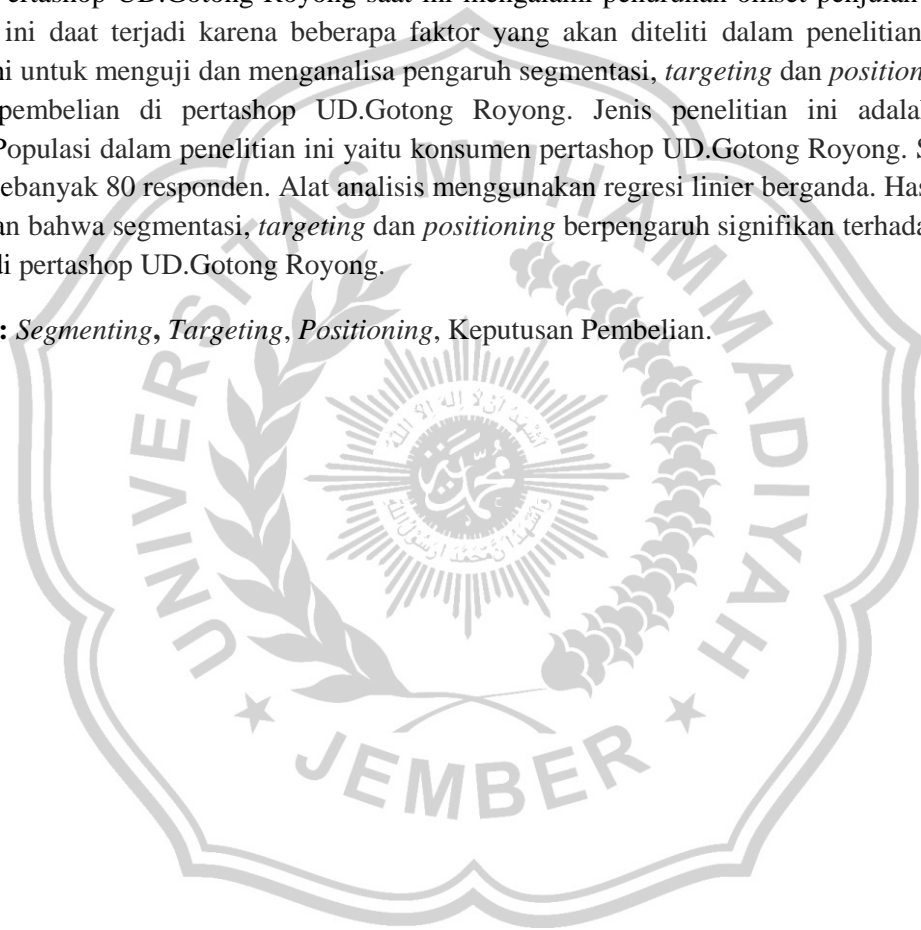


ABSTRAK

Perkembangan kendaraan di dunia amatlah sangat pesat, para pemangku perusahaan menciptakan berbagai merek atau *brand* untuk kendaraan tersebut. Semakin bertambahnya kendaraan tidak luput dengan kebutuhan bahan bakar untuk kendaraan. Era sekarang permintaan bahan bakar kian meningkat karena meningkatnya perkembangan teknologi khususnya di kendaraan yang menjadi salah satu faktor meningkatnya permintaan bahan bakar tersebut. Bahan bakar itu sendiri sudah banyak jenisnya menyesuaikan dengan kebutuhan dengan kendaraan yang akan dipakai. Pertamina hadir dengan menambahkan pangsa pasar dengan membuat lokasi penjualan yang masuk ke pedesaan yaitu dengan hadirnya Pertashop. Penelitian ini merujuk pada objek Pertashop UD.Gotong Royong yang ada di Besuki, Pertashop UD.Gotong Royong saat ini mengalami penurunan omset penjualan yang sangat drastis, hal ini dapat terjadi karena beberapa faktor yang akan diteliti dalam penelitian ini. Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisa pengaruh segmentasi, *targeting* dan *positioning* terhadap keputusan pembelian di pertashop UD.Gotong Royong. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen pertashop UD.Gotong Royong. Sampel yang digunakan sebanyak 80 responden. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa segmentasi, *targeting* dan *positioning* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di pertashop UD.Gotong Royong.

Kata kunci: *Segmenting, Targeting, Positioning*, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

The development of vehicles in the world is very very rapid, company stakeholders create various brands or brands for these vehicles. The increasing number of vehicles does not escape the need for fuel for vehicles. In the current era, the demand for fuel is increasing due to the increasing development of technology, especially in vehicles, which is one of the factors for the increasing demand for this fuel. The fuel itself has many types to adjust to the needs of the vehicle that will be used. Pertamina is present by adding market share by creating sales locations that enter rural areas, namely the presence of Pertashop. This research refers to the object of Pertashop UD. Gotong Royong in Besuki, Pertashop UD. Gotong Royong is currently experiencing a very drastic decline in sales turnover, this can happen due to several factors that will be examined in this study. The purpose of this study was to examine and analyze the effect of segmentation, targeting and positioning on purchasing decisions at Pertashop UD. Gotong Royong. This type of research is causality research. The population in this study are consumers of UD. Gotong Royong pertashop. The sample used is 80 respondents. The analysis tool uses multiple linear regression. The results of the study prove that segmentation, targeting and positioning have a significant effect on purchasing decisions at Pertashop UD. Gotong Royong.

Keyword: *Segmenting, Targeting, Positioning, Purchase Decision.*

