

ABSTRAK

Dalam sebuah perusahaan pastinya akan menerapkan sebuah pemasaran, apalagi penerapan *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* (STP). Dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah STP berpengaruh terhadap keputusan pembelian dari sebuah produk. Usaha yang diambil dalam penelitian ini ialah Vr Booster Collagen Agen Pusat Jember, yang menggunakan kuisisioner dengan responden sebanyak 65 orang dan populasi yang digunakan ialah konsumen dari Vr Booster Collagen. Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi logistik biner dengan hasil variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dari Vr Booster Collagen.

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



ABSTRACT

In a company, of course, it will implement a marketing, especially the application of Segmentation, Targeting and Positioning (STP).application of Segmentation, Targeting and Positioning (STP). From This study aims to determine whether STP has an effect on purchasing decisions of a product. The business taken in this studyis Vr Booster Collagen Jember Central Agent, which uses a questionnaire with 65 respondents and the population used is consumers of Vr Booster Collagen. respondents as many as 65 people and the population used is consumers of Vr Booster Collagen. Booster Collagen. The analytical tool used in this study is binary logistic regression analysis with the results of independent variables significant effect on the dependent variable of Vr Booster Collagen.

Keywords: *Segmentation, Targeting, Positioning, Purchase Decision.*

