

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Segmenting* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Sinbal Supply .
2. *Targeting* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Sinbal Supply.
3. *Positioning* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Sinbal Supply.
4. *Keputusan Pembelian* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Sinbal Supply. Variabel yang lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Sinbal Supply adalah variabel *positioning*, hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi *positioning* yang lebih besar dibandingkan dengan koefisien regresi *segmenting dan targeting*.

5.2 Implikasi Penelitian

Sinbal Supply merupakan toko online yang bergerak dibidang sepatu yang menawarkan merk sepatu ventela untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sinbal supply diharapkan selalu memperhatikan indikator *Segmenting, Targeting dan Positioning*

Dalam implementasi strategi STP, diharapkan para anggota perusahaan lebih giat dan semangat dalam perolehan target konsumen. Hal tersebut dilakukan untuk mewujudkan tujuan perusahaan serta dapat melayani semua konsumen.

Sinbal Supply harus mampu mempertahankan penerapan strategi STP berdasarkan atribut agar ciri yang ditonjolkan mampu melekat dibenak konsumen sehingga mampu meningkatkan keputusan pembelian.

Mempertahankan strategi STP berdasarkan pesaing dengan lebih inovatif dan meningkatkan kualitas dalam menyediakan produk yang dibutuhkan oleh para konsumen

