

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* terhadap Keputusan Pembelian Susu Produk Morinaga di Yogya Junction Bogor berdasarkan hasil perhitungan dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Segmenting*, berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Susu Produk Morinaga di Yogya Junction Bogor
2. *Targeting*, berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Susu Produk Morinaga di Yogya Junction Bogor.
3. *Positioning* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Susu Produk Morinaga di Yogya Junction Bogor.
4. *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Susu Produk Morinaga di Yogya Junction Bogor.

#### **B. Saran**

1. PT. Kalbe Morinaga Indonesia.
  - a. *Segmenting* mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dari jawaban responden, berdasarkan demografi, susu morinaga

banyak di beli konsumen menengah ke atas, untuk itu agar manajemen PT. Kalbe Morinaga Indonesia harus memperbaiki *Segmentasi* demografi dalam penjualan produk susu Morinaga, seperti menjual produk susu Morinaga di Mall yang lebih besar, dimana konsumen yang berbelanja menengah keatas, sehingga akan tepat sasaran dalam penjualan.

b. *Targeting* mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Dari jawaban responden pelayanan khusus yang diberikan kepada konsumen sangat mempengaruhi konsumen dalam membeli susu morinaga. Untuk itu agar lebih di perbaiki dalam hal pelayanan kepada konsumen, misalnya dengan memberikan brosur yang berisi tentang penjelasan manfaat dari produk susu Morinaga, yang nantinya berpengaruh terhadap penjualan.

c. *Positioning* mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Agar tidak terjadi penurunan penjualan Susu Morinaga, perlu memberikan strategi-strategi perihal penjualan terutama dalam harga, seperti memberikan potongan harga atau diskon untuk pembelian lebih dari satu, memberikan diskon di akhir minggu, sehingga akan mempengaruhi keputusan dalam pembelian susu morinaga.