

ABSTRAK

**PENGARUH *SEGMENTING* DAN *TARGETING* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PRODUK
HERBAL DI KOTA TASIKMALAYA
(Studi Kasus Pada CIO Herbal, Syakira Herbal dan Salma Herbal)**

Oleh

**RICKY WAHYUDIN
NIM : 228334065**

**Pembimbing I : H. Kartawan
Pembimbing II : Dedi Rudiana**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Segmenting* Dan *Targeting* Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Intervening* Survey Pada Konsumen Cio Herbal, Syakira Herbal Dan Salma Herbal Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampel sebesar 220 orang Konsumen Cio Herbal, Syakira Herbal Dan Salma Herbal Tasikmalaya. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis Metode *Structural Equation Model (SEM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *Segmenting* Dan *Targeting* Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Intervening* Pada Konsumen Cio Herbal, Syakira Herbal Dan Salma Herbal Tasikmalaya baik secara parsial maupun simultan artinya Semakin fokus *segmenting* dan *targeting* yang di terapkan pada CIO Herbal, Syakira Herbal dan Salma Herbal Tasikmalaya maka keputusan pembelian akan meningkat sehingga kepuasan konsumen juga ikut meningkat

Kata kunci: *Segmenting*, *Targeting*, Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen.