

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan strategi pemasaran *Automation Weapon Rack (AWR)* melalui penerapan metode Segmentasi, *Targeting*, dan *Positioning (STP)*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan terkait dan analisis dokumen terkait industri *Automation Weapon Rack*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan metode *STP* mampu memberikan pemahaman yang mendalam tentang karakteristik pasar *Automation Weapon Rack* dan preferensi konsumen. Segmentasi pasar mengidentifikasi kelompok konsumen potensial berdasarkan karakteristik perilaku, dan kebutuhan mereka terkait *Automation Weapon Rack*. Proses *Targeting* memilih segmen pasar yang paling menjanjikan untuk dituju oleh strategi pemasaran. Sedangkan, *Positioning* memungkinkan *Automation Weapon Rack* untuk membedakan dirinya dari pesaing dan menempatkan produknya dengan cara yang menarik bagi segmen pasar yang ditargetkan.

Implementasi strategi pemasaran yang ditingkatkan melalui metode *STP* telah berhasil meningkatkan kesadaran merek, kepuasan pelanggan, dan peningkatan penjualan *Automation Weapon Rack*. Temuan ini menyediakan panduan praktis bagi perusahaan yang ingin meningkatkan efektivitas pemasaran produk mereka melalui pendekatan *STP*.

Kata Kunci : *Automation Weapon Rack* , *Segmentasi*, *Targeting*, *Positioning*