

Penerapan positioning strategi terhadap produk baru suzuki vitara sebagai upaya peningkatan pangsa pasar

Muhamad Mulyadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184249&lokasi=lokal>

Abstrak

Seiring dengan makin berkembangnya suatu masyarakat, fungsi mobil menjadi makin berkembang. Mobil menjadi tidak hanya sekedar sebagai sarana transportasi namun juga sebagai sarana untuk menunjukkan harga diri. Akibatnya para produsen mobil jika produknya ingin laku dipasar ia harus menciptakan image yang baik, sehingga produknya dapat mewakili status tertentu. Upaya produsen untuk mewujudkan hal diatas dapat dilakukan melalui Strategi Positioning. Sehingga produk mempunyai kesan tertentu dimata konsumen. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui bagaimana suatu perusahaan mobil berusaha memposisikan salah satu produknya dimata, konsumen, ditengah persaingan yang ketat dan peraturan pemerintah yang sering berubah. Penulisan skripsi ini dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu studi lapangan melalui wawancara dan pencarian data diperusahaan maupun di instansi yang berhubungan. Studi kepustakaan dilakukan dengan membaca buku, majalah, jurnal dll. Dari penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa setiap produsen mobil telah menerapkan strategi pemasaran mereka dengan baik. Para produsen mobil berupaya memberikan kepuasan kepada seluruh pelanggannya. Namun demikian kepuasan Konsumen adalah tujuan akhir karena keputusan membeli ditentukan olehnya. Karena itu Strategi Positioning yang berusaha menempatkan image atau kesan tertentu dan suatu produk sangat membantu memberikan kepuasan kepada konsumen sebagai pemakai tersebut. Dari penelitian ini didapat juga bahwa strategi Positioning akan berubah seiring dengan berubahnya peraturan pemerintah dibidang otomotif. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah jika suatu perusahaan ingin berhasil memasarkan produknya ia harus melakukan strategi Positioning dengan tepat, dengan memasuki niche market yang belum terlayani dengan baik. Indomobil telah membuktikannya dengan baik. Adapun saran penulis terhadap Indomobil dalam positioning Vitara adalah Indomobil harus lebih mempertegas posisi Vitara sebagai kendaraan kedua keluarga, atau sebagai Jeep. Jangan berusaha memposisikan kepada kedua posisi (kendaraan keluarga dan Jeep) Hal tersebut bisa berbahaya, karena akan berkesan sebagai Jeep banci. Selanjutnya akan berkesan sebagai produk yang tidak memiliki keunggulan daya saing.