

Peran atribut Consumer Durable Goods dalam menyusun strategi bauran pemasaran : studi kasus Planetary Mixer Merek Sinmag di PT. Sinar Himalaya = The role of attribute Consumer Durable Goods in developing marketing mix strategy : case study Planetary Mixer Brand Sinmag at PT. Sinar Himalaya

Yenny

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/opac/themes/libri2/detail.jsp?id=20329659&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas mengenai peran atribut consumer durable goods untuk planetary mixer SM-201 dalam menyusun strategi bauran pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksploratori (teknik in-depth-interview) dan metode penelitian deskriptif. Penelitian ini dilakukan kepada 100 responden melalui teknik probability sampling. Berdasarkan hasil in-depth interview didapatkan 12 atribut consumer durable goods planetary mixer yang dibagi menjadi 2 kategori yaitu atribut intrinsik (tahan lama, reliabilitas mixer, kemudahan penggunaan, performansi, kemudahan servis, fitur, desain) dan atribut ekstrinsik (harga, merek, negara asal pembuat, garansi dan brand image). 12 atribut ini akan diuji hubungannya dengan karakteristik demografi responden. Penelitian ini menghasilkan 4 cluster pelanggan yaitu cluster 1 (warranty-lover), cluster 2 (durable-lover), cluster 3 (price economic-lover) dan cluster 4 (comfortlover). Strategi bauran pemasaran produk yang akan dilakukan yaitu menerapkan proses produk augmented dan memprioritaskan atribut yang diinginkan pelanggan berdasarkan cluster pelanggan. Strategi bauran pemasaran distribusi dilakukan dengan sistem distribusi hibrid dan terpusat di kantor Jakarta. Strategi bauran pemasaran promosi dilakukan dengan pameran bakery, demo bakery dan sales door-to-door. Strategi bauran pemasaran harga dilakukan dengan pemberian diskon khusus dan pembayaran mesin secara kredit.