

Faktor-faktor efektivitas pameran yang mempengaruhi customer satisfaction peserta pameran

Windy Widiati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=124558&lokasi=lokal>

Abstrak

Tingkat persaingan yang tajam dalam dunia usaha dewasa ini mengharuskan setiap perusahaan untuk memiliki strategi pemasaran produk secara aktif. Semua perusahaan berlomba-lomba untuk mendapatkan kepuasan pelanggan sebanyak-banyaknya. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengatasi tantangan tersebut adalah dengan melakukan strategi MPR atau Marketing Public Relations. Wujud konkrit dari strategi tersebut adalah dengan melaksanakan special event dalam bentuk pameran.

Sebagai langkah untuk mengembangkan dunia perdagangan Indonesia dalam lingkup internasional, Departemen Perdagangan RI telah mendirikan sebuah organisasi bernama National Agency For Export Development atau NAFED. Salah satu upaya NAFED dalam memasarkan hasil produksi dalam negeri adalah dengan melakukan pameran dagang internasional secara berkala, dan pelanggannya adalah para pengusaha lokal yang mengikuti pameran-pameran tersebut. Kepuasan para pelanggan tersebut perlu untuk terus dijaga demi memaksimalkan tujuan dan pelaksanaan kegiatan pameran. Untuk terus berupaya meningkatkan kegiatan tersebut dilakukan upaya identifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui pelaksanaan pameran dagang NAFED. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas pameran yang diselenggarakan NAFED menurut sudut pandang para pesertanya, mengetahui tingkat kepuasan para peserta pameran tersebut serta mengidentifikasi faktor-faktor apa saja dalam efektivitas pameran yang mempengaruhi tingkat kepuasan