

Analisis multi atribut model terhadap toyota kijang innova dan nissan serena: mencari strategi pemasaran bagi toyota kijang innova = Analyze of multi attribute model toward toyota kijang innova and nissan serena: looking for marketing strategy for toyota kijang innova / Edysri Hermayudha Pratama

Edysri Hermayudha Pratama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446570&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini membahas mengenai analisis multi atribut dalam mobil MPV, obyek penelitian ini adalah Toyota Kijang Innova dan Nissan Serena. Diteliti atribut ndash; atribut yang muncul dalam mobil medium MPV dan bobot skor atribut, setelah didapat persepsi konsumen mengenai atribut, lalu dibuat dua perbandingan antara analisis multiatribut dengan total atribut dan 6 atribut utama dari cut off nilai atribut diatas 80 dan frekuensi atribut yang banyak disebut, dan dilihat perbedaan yang muncul, menganalisis karakteristik latar belakang user Toyota Kijang Innova dan Nissan Serena terhadap pemilihan kendaraan MPV serta menyusun strategi bauran pemasaran Toyota Kijang Innova agar dapat memperbaiki pangsa pasarnya dalam persaingan di industri mobil MPV. Penelitian ini adalah kombinasi penelitian eksploratori dan penelitian kualitatif dengan analisis multiatribut dan analisis deskriptif, dengan mencari atribut yang muncul dan bobot skor terkait atribut yang penting dalam mobil medium MPV. Koleksi data dengan menyebar kuesionerdan pilot test terkait bobot skor atribut dan kemunculan atribut dengan bertanya kepada para pengguna mobil MPV. Hasil penelitian menemukan bahwa meskipun Toyota Kijang Innova mengalami kekalahan atribut dalam besaran uang muka, model, desain interior, dan besaran bunga kredit tetapi awareness Toyota Kijang Innova lebih tinggi. Hal ini berarti Toyota Kijang Innova perlu merancang ulang strategi bauran pemasaran dari product strategy, price strategy,dan marketing communication strategy agar dapat memperbaiki pangsa pasarnya.

<hr>

ABSTRACT

This thesis discuss about multi attribute analysis in medium MPV car category, this object of research are Toyota Kijang Innova and Nissan Serena. Various attributes that appear in MPV car category have been researched and also importance weight of each attributes. After researcher gain customer perceive about attributes, then conduct two comparative analysis between multiattribute analysis with total attributes and 6 primary attributes from cut off attribute value upright 80 and attributes frequency that appear many times, and also observe the differences between, analysis background character of Toyota Kijang Innova and Nissan Serena user so researcher could synthesis marketing mix strategy for Toyota Kijang Innova so increase its market share in competitive market of multi purpose vehicle car industries. This research are combination of exploratory and qualitative research with multiattribute approach and descriptive analysis. Data collection from questionnaire and pilot test include importance weight and attributes to user of MPV car. Research result find that Toyota Kijang Innova lose in downpayment rate, model, interior design, and credit rate but still have better awareness than other competitor. This research make sure that Toyota must improve and redesign marketing mix konsep from product, price, and marketing communication strategy so

could improve its market share.