

Strategi promosi PT. Indomobil Niaga Internasional (Suzuki) dalam menghadapi persaingan pada industri mobil nasional

Yohanes Ngamal, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=128179&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini dibuat bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang tepat dalam memenangkan persaingan dalam industri mobil nasional pada PT. Indomobil Niaga Internasional (Suzuki). Meneliti faktor-faktor apa saja yang patut dipertimbangkan dalam melaksanakan strategi. Untuk mengetahui masalah-masalah diatas, maka dilakukan penelitian pustaka, penelitian lapangan, dengan melakukan wawancara maupun membagikan kuesioner kepada para pakar dalam bidang pemasaran dan promosi pada PT. Indomobil Niaga Internasional.

Dari hasil penelitian dilakukan dengan pengolahan data menggunakan AHP Maka, ditemukan bahwa strategi promosi yang paling tepat digunakan dalam memenangkan persaingan pada industri mobil adalah strategi promosi fokus segmen. Untuk faktor-faktor yang mempengaruhi dalam menyusun dan melaksanakan strategi adalah faktor internal dan eksternal sbb: Faktor eksternalnya adalah. 1) Daya beli, 2)Prilaku Konsumen, 3)pertumbuhan ekonomi 4)kebijakan pemerintah, 5) Kebijakan Transportasi, 6)tingkat bunga. Sedangkan faktor internal yang paling dominan adalah 1) Produk, 2) Harga, 3)distribusi. Diikuti dengan faktor-faktor lain seperti produksi, organisasi, dan Sumber daya manusia. Untuk sasaran strategi promosi yang paling tepat adalah segmen demografis.

<hr>This Thesis is made to know the aim of the exactly promotin strategy to win the competition withinnational car industry at PT. Indomobil Niaga International (Suzuki). Than examine what are the factors that must be considerable when doing the strategy. Because of that, to understands all the problems, it must do a book research, field research, as well as spreading an questionair to an expert in marketing and promotion at the PT. PT. Indomobil Niaga International.

From this research result, it continued with processing the data using the AHP. So, from this processing data, it found that the most appropriate promotion strategi to winning the competition in car industry is with focusing promotion strategi segment. The factors that affecting Strategi is Internal and external factors, are: External Factor is 1) Purchase efforts, 2) Consumer Behaviour, 3) Ecomonic Growth, 4) Goverment Policy, 5) Transportation Policy, and 6) Level Of Interest. While the most dominan in Internal Factor are:1) Product, 2) Price and 3) distribution. Followed with the other factors like, production, Organization and Human Resources. The most appropriate aim of strategic promotion is demographic segment.