

Preferensi khalayak terhadap kemasan sabun mandi Palmolive dan Liebe

Mia Utari Widyawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284950&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Berkembangnya bisnis eceran adalah karena makin banyak dan beragamnya kebutuhan masyarakat yang menuntut untuk dipenuhi. Akibatnya, makin banyak dan .beragam pula produk yang beredar di pasaran. Produsen membanjiri pasar dengan berbagai produk, terutama produk konsumsi. . Salah satu mata rantai bisnis eceran yang sangat penting, adalah pasar swalayan. Di tempat ini, produk ditata sedemikian rupa sehingga menarik konsumen untuk membeli. Dan sejumlah keuntungan yang ditawarkan, menyebabkan masyarakat tertarik untuk berbelanja di pasar-pasar swalayan. Ratusan produk . yang terdapat di pasar swalayan itu membubuhkan strategi masing-masing untuk dapat bersaing satu sama lain. Dari keempat bauran pemasaran (harga, tempat/distribusi, promosi dan produk), yang terpenting untuk diperhatikan adalah strategi produknya, baik dan menarik menunjang ketiga strategi bauran lainnya. Produk yang pemasaran Untuk menciptakan produk yang menarik itu, dibutuhkan kemasan yang menarik pula. Karena kemasan merupakan unsur eksterior produk yang penampilan keseluruhan produk. dapat mempengaruhi Dalam penelitian ini, penulis tertarik untuk meneliti kemasan sabun mandi. Alasannya adalah, sebenarnya semua sabun mandi mempunyai segi fisik yang sama, tetapi dalam benaknya konsumen membuat perbedaan-perbedaan dari 'masingmasing produk itu. Bahkan konsumen dapat menilai sabun mandi A lebih baik daripada sabun mandi B. Atau sabun mandi merek A lebih berkesan melembutkan kulit daripada sabun mandi C, dan sebagainya. Preferensi itu tidak lepas dari pengaruh kemasannya, yang merupakan ujung tombak penampilan suatu produk. Kemasan sabun mandi yang diteliti adalah 2 kemasan yang unsur-unsurnya bertolak belakang. Di pasaran, penulis menemukan kemasan yang unsur-unsurnya sebagian besar berbeda, yaitu kemasan sabun mandi Palmolive dan Liebe. Dari hasil penelitian ini, diketahui bahwa khalayak berpreferensi terhadap sebagian unsur kemasan Palmolive dan terhadap sebagian lain unsur kemasan Liebe.