

Tanggapan khalayak terhadap pameran industri sebagai media promosi produk industri (Studi kasus tentang pameran industri yang diselenggarakan PT. Pamerindo Buana Abadi)

Rikasari Marianti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284961&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Promosi penjualan memegang peranan yang penting dalam aktivitas perusahaan. Bentuk Promosi Penjualan yang akan dipakai suatu perusahaan akan bergantung pada jenis barang yang apakah produknya merupakan oleh diproduksi oleh perusahaan itu, barang-barang konsumsi atau barang-barang Industri. Untuk barang-barang industri, promosi penjualan yang dilakukan oleh banyak perusahaan adalah dengan personal selling. Sebagai alat promosi penjualan, memang dirasakan bahwa sales contact yang terjadi banyak, tapi juga dirasakan adanya kelemahan yaitu bahwa untuk barang-barang industri yang merupakan barang-barang investasi, keputusan untuk membeli dilakukan dengan pertimbangan yang matang dan lewat tahapan .yang cukup panjang. Pengambil keputusan harus melihat barangnya, proses kerjanya, spesifikasinya, bahkan perlu adanya demonstrasi. Hal seperti ini tidak dapat dipenuhi dengan menggunakan sales promo Diperlukan adanya suatu media promosi lain yang barang barang industri-. Dengan latar belakang persoalan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengetahuan produk yang efektif untuk didapat khalayak dan bagaimana tanggapan khalayak terhadap pameran sebagai salah satu media yang dapat digunakan untuk promosi penjualan barang-barang industri. Pameran merupakan media promosi penjualan yang memamerkan, memberikan informasi dan sekaligus mempersuasi khalayak konsumen. Jika dibandingkan dengan personal seling sebagai media promosi maka pameran mempunyai kelebihan karena diadakan dalam suatu event khusus bahkan lebih spesifik lagi diadakan khusus untuk satu jenis bidang usaha atau jenis produk, kesempatan untuk dapat melakukan perbandingan dengan produk sejenis dan melihat demonstrasi produk. Hasil penelitian yang didapat menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan produk yang didapat khalayak lewat media pameran cukup tinggi. Dari atribut-atribut yang dimiliki pameran baik dari stand. pamerannya, produk, spesifikasi produk, katalog, brosur maupun stand guide, khalayak pengunjung mendapatkan pengetahuan produk yang cukup tinggi untuk dipakai dalam pengambilan keputusan. Secara singkat dapat dikemukakan bahwa sebagian besar khalayak industri baik ditinjau dari bidang usaha maupun pendidikan, mereka sudah kenal dan memahami fungsi pameran dan melihat pameran sebagai media yang efektif dalam promosi penjualan.