

Analisa preferensi konsumen terhadap keberadaan sales promotion girl (SPG) sebagai strategi pemasaran dengan metode analisis konjoin =
Consumer preference analysis of sales promotion girl (SPG) existance as marketing strategies with conjoint analysis method

Darussalam, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20314251&lokasi=lokal>

Abstrak

Bauran pemasaran salah satu elemennya adalah promosi yang salah satu penerapannya ialah penjualan personal melalui sales promotion girl (SPG). Perlu kiranya analisis preferensi konsumen terhadap keberadaan SPG agar dapat menjadi strategi pemasaran yang tepat dan metode yang dapat digunakan ialah analisis konjoin.

Hasil penelitian, 39% konsumen memiliki persepsi bahwa SPG merupakan layanan promosi yang mengganggu dan preferensi konsumen yaitu SPG yang memiliki pembawaan yang ramah dan tidak persuasif maupun agresif, penampilan dengan mengenakan kostum yang selaras dengan tema produk, pengetahuan yang memahami produk secara detail dan mampu menjawab pertanyaan dari konsumen, dan brand produk yang ditawarkan merupakan modifikasi/variasi produk lama dari perusahaan yang sudah ada di pasaran.

Marketing mix has one of element is promotion which one of implementation is personal selling through sales promotion girl (SPG). Need to analyze consumer preference against the existence of SPG so that its utilization can be a proper marketing strategy and method can be used is conjoint analysis.

Results of research, 39% of consumers have perception that SPG is a promotional service that inconvenience and consumer preferences are SPG who has friendly nature and are not persuasive and aggressive, appearance of wearing costumes in tune with theme of product, has knowledge to understand product in detail and capable to answer questions from consumers, and brand product being offered is modification/variations of old product from companies that are already in market.