

Evaluasi special event dalam membentuk product knowledge customer (studi kasus pada Indonesia s aviation engineering conference and exhibition di Jakarta) = Evaluation of special event in forming product knowledge customer (case study on special event "indonesia's aviation engineering conference and exhibition in Jakarta) / Mochamad Ramdhan A

Mochamad Ramdhan A, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20475806&lokasi=lokal>

Abstrak

**ABSTRAK
**

Dalam rangka menjaga hubungan baik dan meningkatkan kepercayaan customer terhadap kualitas jasa perawatan pesawat terbang, PT GMF AeroAsia sebagai Organisasi yang bergerak dibidang perawatan pesawat terbang memberikan solusi program perawatan pesawat terbang yang optimal namun dengan biaya perawatan yang seekonomis mungkin kepada customer-nya. Untuk itu maka PT GMF AeroAsia membutuhkan metode yang menarik dan interaktif seperti special event untuk memperkenalkan dan edukasi seputar program perawatan yang optimal tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pelaksanaan special event dalam membentuk product knowledge customer. Konsep yang digunakan adalah special event dan product knowledge. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, pendekatan kualitatif, dan bersifat deskriptif. Wawancara dilakukan kepada pihak internal GMF dan pihak eksternal yaitu operator pesawat terbang sebagai customer GMF. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa special event merupakan salah satu cara yang baik dalam membentuk product knowledge kepada customer.

<hr>

**ABSTRACT
**

In order to maintain good relationships and enhance customer confidence in the quality of aircraft maintenance services, PT GMF AeroAsia as an organization engaged in aircraft maintenance provides optimal aircraft maintenance program solution but with the cost of maintenance as economically as possible to its customers. For that reason PT GMF AeroAsia needs interesting and interactive methods such as special events to introduce and educate around the optimal care program. This study aims to examine the way special events in forming product knowledge customer. The concept used is special event and product knowledge. This research uses constructivist paradigm, qualitative approach, and is descriptive. Interview conducted to internal party of GMF and external party that is aircraft operator as customer of GMF. The result of this research is that special event is one good way in forming product knowledge to customer.