

Analisa Positioning Panggilaja.com Melalui Persepsi Konsumen di Wilayah Jakarta (Studi Kasus Pada PT. Angkasa Pura Support) = The Analysis of Positioning Panggilaja.com through Consumer's Perception in Jakarta (A Case Study on Angkasa Pura Support Ltd)

Filza Alifah Hasny, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920516766&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini menganalisa strategi komunikasi positioning layanan jasa kebersihan yaitu Panggilaja.com berdasarkan persepsi konsumen di wilayah Jakarta. Panggilaja.com memanfaatkan teknologi informasi sebagai media untuk menjalankan strategi komunikasi pemasaran dengan positioning. Terdapat komponen positioning yang di terapkan oleh Panggilaja.com sebagai bentuk strategi komunikasinya seperti fitur produk, kualitas produk, harga produk, merek produk, kompetitor dan juga aplikasi. Tujuan dari strategi komunikasi tersebut untuk memberikan citra terhadap konsumen yang pada akhirnya mempengaruhi konsumen terhadap persepsi Panggilaja.com. dengan itu peneliti juga menggunakan teori Technology Acceptance Model sebagai alat untuk menganalisa persepsi konsumen terhadap Panggilaja.com. menggunakan metode analisa kualitatif hasil penelitian ini ditemukan menggunakan data wawancara terhadap konsumen Panggilaja.com di wilayah Jakarta bahwa penerapan strategi positioning berhasil di terapkan dan membantu dari aspek kemudahan dan kegunaan berdasarkan persepsi konsumen yang di analisa melalui Technology Acceptance Model.

.....This study analyzes the positioning communication strategy for cleaning services, namely Callaja.com, based on consumer perceptions in the Jakarta area. Panggilaja.com utilizes information technology as a medium for carrying out a marketing communication strategy with positioning. There are positioning components implemented by Panggilaja.com as a form of communication strategy such as product features, product quality, product prices, product brands, competitors and applications. The purpose of this communication strategy is to provide an image to consumers which ultimately influences consumer perceptions of Panggilaja.com. With that, researchers also use the theory of Technology Acceptance Model as a tool to analyze consumer perceptions of Panggilaja.com. Using a qualitative analysis method, the results of this study were obtained using interview data with Panggilaja.com consumers in the Jakarta area, that the positioning strategy was successfully implemented and helped from the convenience and usability aspects based on consumer perceptions which were analyzed through the Technology Acceptance Model.