

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK INEZ COLLECTION DI SENAPELAN PLAZA PEKANBARU

Abstrak

Oleh : Aidil Putra Joko

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat produk Inez Collection di Senapelan Plaza Pekanbaru. Tipe penelitian yang penulis gunakan adalah tipe penelitian survey deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif karena peneliti mengumpulkan data dengan menganalisa data dan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data dengan cara melakukan pengamatan ditempat penelitian. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Insidental Sampling* yaitu untuk konsumen yang berjumlah 79 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner, observasi pada tempat penelitian dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang peneliti lakukan adalah analisis kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Analisis Strategi Pemasaran Produk pada Inez Collection di Senapelan Plaza Pekanbaru masih belum maksimal, ini dapat dilihat pada indikator strategi produk, indikator strategi harga, indikator strategi tempat dan indikator strategi promosi. Jawaban responden secara keseluruhan mengenai Analisis Strategi Pemasaran Produk pada Inez Collection di Senapelan Plaza Pekanbaru adalah dengan rata-rata skor 3,37 yang menunjukkan kategori Cukup Setuju. Dari hasil kesimpulan yang diperoleh pada penelitian ini, maka penulis memberikan saran kepada pihak perusahaan yaitu : Untuk indikator strategi harga dan indikator strategi promosi yang masih lemah harus ditingkatkan dan dievaluasi kembali oleh pihak Inez Collection di Senapelan Plaza Pekanbaru, karena penjual harus tau apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, dan harus bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen tersebut. Apabila keinginan dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi maka konsumen akan merasa puas. Kalau konsumen telah memiliki kepuasan maka loyalitas konsumen akan terjaga, mereka akan selalu setia dengan produk yang kita jual dan akan datang kembali untuk melakukan pembelian ulang.

Kata Kunci : Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Tempat, Strategi Promosi.

ANALYSIS OF PRODUCT MARKETING STRATEGY INEZ COLLECTION IN SENAPELAN PLAZA PEKANBARU

Abstract

By : Aidil Putra Joko

The purpose of this research is to know the proper marketing strategy of Inez Collection product at Senapelan Plaza Pekanbaru. The type of research that the authors use is the type of descriptive survey research with quantitative research methods because researchers collect data by analyzing data and by way of describing or describing the data by way of observation at the place of research. Sampling technique used in this study using the technique of Insidental Sampling is for consumers who numbered 79 people. Methods of data collection used is to spread questionnaires, observations on the place of research and documentation. The data analysis technique that researchers do is a quantitative analysis. The results showed that Product Marketing Strategy Analysis at Inez Collection at Senapelan Plaza Pekanbaru still not maximal, this can be seen in indicator of product strategy, indicator of price strategy, indicator of place strategy and indicator of promotion strategy. Overall respondent's answer about Product Marketing Strategy Analysis at Inez Collection at Senapelan Plaza Pekanbaru is with average score 3.37 which indicates category Simply Agree. From the conclusions obtained in this study, the authors provide advice to the company that is: For the indicator of pricing strategy and indicators of promotional strategies are still weak should be increased and re-evaluated by the Inez Collection at Senapelan Plaza Pekanbaru, because the seller must know what is desired and needed by consumers, and should be able to meet the wants and needs of these consumers. If the wishes and needs of consumers can be met then consumers will feel satisfied. If consumers already have satisfaction then the loyalty of consumers will be maintained, they will always be faithful to the products we sell and will come back to make repurchase.

Keywords: Product Strategy, Price Strategy, Place Strategy, Promotion Strategy.