

ABSTRAK

Terdapat banyak dimensi yang harus diteliti untuk pengembangan sebuah pemasaran produk industri. Demikian halnya untuk pemasaran produk pompa industri.

Penelitian ini dilakukan untuk mempelajari peluang pasar pompa industri sebagai sebuah langkah dalam melakukan pengembangan pasar industri pompa di Indonesia.

Penelitian ini merupakan penelitian yang mengambil pokok bahasan mengenai analisis persepsi dan sikap konsumen atas atribut-atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih (membeli) produk pompa industri, dilakukan dengan metode riset eksploratori dan deskriptif menggunakan teknik survey untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan. Hasil dari penelitian ini dianalisa menggunakan teknik Multidimensional Scalling (MDS), Multiatribut Fishbein dan Snake Diagram.

Berdasarkan hasil riset pasar yang dilakukan terhadap 100 responden, diperoleh sebuah informasi bahwa kunci yang menentukan kesuksesan dari pemasaran pompa industri adalah faktor desain dan kualitas yang sesuai kebutuhan, harga yang sepadan dengan kualitas dan reputasi merk terkenal. Ketiga faktor tersebut merupakan atribut tertinggi yang mencerminkan harapan konsumen pengguna pompa industri.

Dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa peluang pasar untuk pompa industri di Indonesia bisa diraih bila perusahaan pompa tersebut mampu memenuhi harapan konsumen terhadap produk yang dihasilkan dengan memperkuat atribut yang berpengaruh terhadap harga dan kualitas barang. Hal ini disebabkan persaingan yang semakin ketat dan semakin cerdasnya konsumen terhadap pembelian dan pemilihan pompa industri.