

Skripsi Jurusan Teknik Mesin dan Industri

Bobot Kepentingan Faktor Bauran Pemasaran Robot Alat Bantu Rehabilitasi Pasien Pascastroke Ditinjau Dari Sudut Pandang Konsumen

Oleh: M. Mahardika Y. Putra, NIM. 10/301067/TK/36792

Pembimbing: Dr. Eng. Herianto, S.T., M.Eng.

2014

Abstrak

Robot alat bantu pasien pascastroke yang difokuskan pada bagian pergelangan tangan (*arm*) diharapkan dapat membantu dokter dan perawat dalam menangani pasien yang menurut WHO di Indonesia jumlahnya belum mencapai standar yaitu 1 dokter setiap 1000 penduduk. Namun yang menjadi perhatian adalah bagaimana cara untuk memperkenalkan produk tersebut ke pasar, atau dapat dikatakan usaha pemasaran yang seperti apa yang diperlukan.

Diawali dengan melakukan studi berkaitan dengan pemasaran, selanjutnya menentukan kriteria penilaian pasar terhadap usaha pemasaran menggunakan *buyer's disposition* terhadap usaha pemasaran dengan *marketing mix* yang nantinya akan diolah dengan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP). Metode ini dipilih karena dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah *multi-criteria* yang bersifat kualitatif yang juga dapat menggabungkan faktor kualitatif dan kuantitatif yang nantinya akan memberikan hasil keputusan terukur berdasar bobot kepentingan. Selanjutnya hasil tersebut akan dijadikan bahan acuan pembuatan *marketing mix* yang merupakan bagian dari strategi usaha pemasaran untuk dapat mencapai pasar sasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor *marketing mix* yang dianggap paling berpengaruh adalah *price* atau harga menjadi faktor terpenting dalam pemasaran, diikuti dengan faktor *product* (produk), *place* (distribusi/ lokasi), dan terakhir *promotion* (promosi) walau perbedaan antara masing-masing faktor tidak terlalu besar dengan rerata selisih sebesar 0,0268. Selanjutnya dibuatlah *marketing mix*, untuk perencanaan strategi pemasaran produk tersebut berdasar hasil perhitungan dan kuesioner kepada responden.

Kata kunci: *marketing, marketing mix, buyer's disposition, Analytic Hierarchy Process* (AHP), robot, *stroke*

Thesis Department of Mechanical and Industrial Engineering

Importance Weight of Marketing Mix Factor Rehabilitation Robot for Post-Stroke Patient Considered from Customer's Point of View

By: M. Mahardika Y. Putra, NIM. 10/301067/TK/36792

Supervisor: Dr. Eng. Herianto, S.T., M.Eng.

2014

ABSTRACT

Rehabilitation robot for post-stroke patient that focus on arm will help the doctor and therapist to handle the patient. As reported by WHO, the number of physician in Indonesia still under the standard, which is 1 doctor for every 1000 people. However, the important part is to introduce this product and reach the customer, or in other way which kind of marketing suit this product.

This research began with study of marketing and choose the criteria based on buyer's disposition of marketing mix and the analyzed with Analytic Hierarchy Process (AHP). This method chosen because the capability to analyze a qualitative multi-criteria to build a quantitative and qualitative factor that give a measured final decision based on importance weight. This final decision will used to build a marketing mix model to penetrate the market.

The result of this research show that the most important factor of marketing mix is price, the second position is product, and followed by place and promotion with the dispute average around 0,0268. In other hand, the most importance criteria based on the buyer's disposition is value, followed by viability, virtue, volume, and variety. The final research is making the marketing mix model for the marketing strategy based on the result of the data and the respondent's questioner answer.

Key word: marketing, marketing mix, buyer's disposition, Anlytic Hierarchy Process, robot, stoke