

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI WEBSITE PADA PT JATI UNGGUL PUTRA

Abdul Kholik

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap komunikasi pemasaran melalui website, yang diterapkan oleh PT Jati Unggul Putra. Komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berinteraksi dan membangun hubungan dengan konsumen dengan menghadirkan merek dan produk mereka. Website didefinisikan sebagai kumpulan halaman yang berisi informasi berbasis data terkomputerisasi dalam bentuk teks, gambar, rekaman, atau berbagai gerakan yang didistribusikan melalui Internet. Situs website dapat dianalisis berdasarkan kinerja situs (kemudahan kegunaan) berupa: situs itu dapat diunduh dengan cepat, halaman pertama mudah dipahami dan mudah berpindah ke halaman lain yang terbuka dengan cepat dan daya tarik berupa: halaman individual bersih dan tidak disesaki dengan konten, bentuk dan jenis huruf mudah dibaca, situs menggunakan warna dan disain yang baik, yang ada pada situs resminya yaitu www.jatiunggul.com yang dibuat oleh PT Jati unggul Putra. Tugas Akhir ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan pengolahan data kuesioner penulis menggunakan metode arithmetic mean dan skala pengukuran likert, hal tersebut diperoleh dari 30 konsumen PT jati Unggul Putra mengenai persepsi konsumen terhadap komunikasi pemasaran melalui website pada PT Jati Unggul Putra dengan dimensi kinerja situs website dan daya tarik website diperoleh nilai skor tertinggi 3,54 yang mempersepsikan setuju terhadap pernyataan dimensi kinerja situs, Skor terendah berada pada dimensi daya tarik situs website memperoleh nilai 2,58 yang artinya tidak setuju terhadap pernyataan daya tarik situs website.

Kata Kunci: *Komunikasi Pemasaran, Website*

23/9'22


CONSUMER PERCEPTION OF MARKETING COMMUNICATION THROUGH THE WEBSITE AT PT JATI UNGGUL PUTRA

Abdul Kholik

Abstrak

The purpose of this study was to determine consumer perceptions of marketing communications through the website, which was applied by PT Jati Unggul Putra. Marketing communications are the means by which companies interact and build relationships with consumers by presenting their brands and products. Website is defined as a collection of pages containing computerized data-based information in the form of text, images, recordings, or various movements distributed over the Internet. Websites can be analyzed based on site performance (ease of use) in the form of: the site can be downloaded quickly, the first page is easy to understand and easy to move to other pages that open quickly and attractiveness in the form of: individual pages are clean and not crowded with content, form and content. the typeface is easy to read, the site uses colors and good design, which is on the official website, namely www.jatiunggul.com which is made by PT Jati Unggul Putra. This final project uses a descriptive research method with a quantitative approach. Based on the data processing of the questionnaire the author uses the arithmetic mean method and the Likert measurement scale, it is obtained from 30 consumers of PT Jati Unggul Putra regarding consumer perceptions of marketing communications through the website at PT Jati Unggul Putra with the dimensions of website performance and website attractiveness obtained the highest score. 3.54 who perceive agree with the statement of site performance dimensions, the lowest score is on the website attractiveness dimension gets a value of 2.58 which means disagree with the statement of website attractiveness.

Keywords: *Marketing Communication, Website*

