

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pada Project Improvement ini berfokus kepada penyelesaian masalah yang dilakukan di Lexus Mampang Gallery. Dengan adanya informasi mengenai Lexus yang belum menjadi market leader di kategori mobil premium dengan kompetitornya yaitu BMW dan Mercedes Benz. Maka pengembangan program Trade In menjadi pilihan untuk mengatasi hal tersebut. Penelitian ini dibantu dengan menggunakan data kualitatif dan data sekunder berupa jurnal, buku, dan pencarian pada internet untuk menganalisis seberapa besar perbandingan data market share mengenai ketiga merek tersebut. Hasil penelitian membuktikan bahwa Lexus masih terdapat pada posisi kedua setelah BMW dalam market sharenya. Menggunakan teori konsep seperti Brand Loyalty, Luxury Brand dan Relationship Marketing serta menggunakan alat bantu dengan Fishbone diagram dan Interrelationship diagram dapat menemukan akar permasalahan utama dari Lexus Mampang Gallery. Penyelesaian masalah utama menggunakan metode Weighted Objective Method ditemukan bahwa Trade In Mandiri merupakan solusi terbaik untuk di implementasi terkait masalah yang dihadapi. Hasil pada implementasi dengan menggunakan Trade In Mandiri menyatakan bahwa Lexus Mampang Gallery berhasil mendapatkan 5 unit mobil dari konsumen yang melakukan program trade in untuk ditukarkan dengan unit baru Lexus yang dilakukan pada Juli 2024.



Halaman ini sengaja dibiarkan kosong

EXECUTIVE SUMMARY

This Project Improvement focuses on solving issues faced by the Lexus Mampang Gallery. Despite the availability of information, Lexus has not yet become the market leader in the premium car category, with its competitors being BMW and Mercedes Benz. Therefore, developing a Trade-In program has been chosen as a solution to address this issue. This research utilizes qualitative data and secondary data from journals, books, and online searches to analyze the market share comparison among the three brands. The research findings show that Lexus holds the second position after BMW in terms of market share. Using theoretical concepts such as Brand Loyalty, Luxury Brand and Relationship Marketing, along with tools like Fishbone diagram and Interrelationship diagram, the main root causes of issues at the Lexus Mampang Gallery were identified. By employing the Weighted Objective Method to solve the primary issues, it was found that an independent Trade-In program is the best solution to implement. The implementation results of the independent Trade-In program indicate that Lexus Mampang Gallery successfully acquired 5 units from customers who participated in the trade-in program, exchanging their old cars for new Lexus units in July 2024.