

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran yang ditetapkan oleh PT Alpen Food Industry khususnya Kantor Aice Cabang Yogyakarta terhadap peluncuran produk baru *ice cream* Aice. Dalam penelitian ini, Dalam penelitian ini penulisan menggunakan metode wawancara. Narasumber dalam pengambilan data dari bagian promosi kantor Aice Cabang Yogyakarta. Wawancara dilakukan penulis di kantor Aice cabang Yogyakarta. Analisa yang digunakan adalah Analisa STP (*Segmenting, Targeting* dan *Positioning*) dan Bauran Pemasaran atau *Marketing Mix*. Segmentasi yang digunakan Kantor Aice Cabang Yogyakarta mengambil segmen demografis dan geografis. Target pasar sasaran *ice cream* Aice yaitu seluruh elemen masyarakat yang menginginkan *ice cream* dengan harga yang murah namun memiliki kualitas terbaik. Bauran pemasaran atau *Marketing Mix* yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 4P yaitu *Product, Price, Place* dan *Promotion*.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, STP (*Segmenting, Targeting* dan *Positioning*), Bauran Pemasaran atau *Marketing Mix*, Produk baru.

ABSTRACT

This research was conducted to determine the marketing strategy defined by PT Alpen Food Industry, especially Aice office of Yogyakarta branch to the launch of new product of Aice ice cream. In this research, the authors use interview method. Speakers of information in the taking of data consists from the promotion section of Aice office of Yogyakarta branch. Interview done by writer at Aice office of Yogyakarta branch. The analysis used is the STP Analysis (Segmenting, Targeting & Positioning) and Marketing Mix or Marketing Mix. The Segmentation being used by Aice office of Yogyakarta branch segment of which take demographic and geographical. The market target Aice ice cream is all elements of society who want ice cream with a cheap price but has the best quality. The marketing mix or marketing mix used in this research consisting of 4P ie Product, Price, Place and Promotion.

Keywords: Marketing Strategy, STP (Segmenting, Targeting, and Positioning), The Marketing Mix or Marketing Mix, New Product.