

ABSTRAK

Tugas Akhir yang berjudul “Implementasi Strategi Marketing Mix dalam Pemasaran Produk Automotif Silencer pada PT. Hilon Felt Tangerang” ini merupakan hasil penelitian praktik kerja lapangan yang dilakukan selama dua bulan dari bulan Februari 2015 sampai bulan April 2015 di PT Hilon Felt Tangerang. Tugas Akhir ini menjelaskan tentang strategi marketing mix yang diterapkan oleh perusahaan dalam memasarkan produk *automotif silencer*. *Automotif silencer* adalah peredam suara dan panas yang digunakan pada bagian interior mobil serta dapat melindungi panas mesin mobil.

Marketing mix adalah bagian inti pemasaran yang terdiri dari empat elemen yang saling berkaitan. Keempat elemen tersebut adalah product, price, place, dan promotion. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh selama praktik kerja yang dilakukan, diketahui bahwa PT Hilon Felt merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi barang sesuai dengan permintaan *customer*, barang yang diproduksi oleh PT Hilon tidak langsung ke konsumen akhir (*end user*). Strategi penetapan harga yang dilakukan adalah strategi cost oriented pricing, yaitu penetapan harga yang semata-mata memperhitungkan biaya-biaya tidak berorientasi pasar. Saluran distribusi yang digunakan akan distribusi tidak langsung yaitu melalui distributor atau manufaktur perusahaan lain. Strategi promosi yang digunakan adalah melalui iklan media cetak dan elektronik seperti koran, website, dan sebagainya.

Kata Kunci: Marketing mix, automotif silencer

ABSTRACT

This graduating paper entitled “Implementation Marketing Mix Strategy in Marketing Of Automotive Silencer Products PT Hilon Felt Tangerang” is the result of research field work during two months from February 2015 to April 2015 in PT Hilon Felt Tangerang. It explains about marketing mix strategy which is applied at the company in marketing their product: automotive silencer. Automotive silencer is an interior device of car which is useful to reduce noise as well as to protect the car’s machine at high temperature.

Marketing mix is the main part of marketing that consists of four elements: product, price, place and promotion. According to the results obtained from the research, PT Hilon Felt is the manufacturing company that manufactures the devices based on the demand of customer. The goods they produced are not sold to the end user directly. They use the cost oriented pricing as their pricing strategy. The distribution channel they use is the indirect one through a certain distributor or another manufacturing company. Their strategy of promotion is advertising their products through electronic media, newspaper, website, etc.

Keywords: Marketing mix, product, price, place, promotion.