

INTISARI

PENYUSUNAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN VARIABEL *MARKETING MIX* DI CV. PHIA DEVA *BAKERY*

MARTIN PARULIAN ZEGA

2012/340804/SV/02692

Penulisan tugas akhir ini untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap produk bakphia di CV. Phia Deva *Bakery* dengan tujuan untuk memperbaharui atau memperbaiki kualitas produk maupun kualitas pelayanan serta berbagai konsep strategis bisnis seperti bauran pemasaran, promosi dan distribusi dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan memenuhi keinginan konsumen. Pada CV. Phia Deva *Bakery* dianjurkan untuk membuat suatu produk baru demi menjaga kualitas usaha terhadap daya saing dengan perusahaan yang memproduksi phia dengan resep lain. Metode penelitian yang digunakan adalah berupa studi kasus, yaitu mengambil suatu objek tertentu untuk kita analisa secara mendalam dengan menfokuskan pada suatu permasalahan yang akan kita analisa. Dalam menganalisa suatu permasalahan data yang kita gunakan adalah data primer dan data sekunder. Dimana data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan observasi secara langsung kepada pelanggan produk di CV. Phia Deva *Bakery*. Sedangkan data sekunder dapat diperoleh dari berbagai buku maupun sumber lainnya. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen mengenai produk, harga, dan saluran distribusi pandangan konsumen sangat setuju pada CV. Phia Deva *Bakery*. Oleh karena itu tampak dari pandangan konsumen tentang kualitas produk, keterjangkauan lokasi pembelian produk CV. Phia Deva *Bakery* dan keterjangkauan harga produk di CV. Phia Deva *Bakery* konsumen, tetapi dalam hasil penelitian juga menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap promosi produk CV. Phia Deva *Bakery* kurang baik, hal ini ditunjukkan bahwa kurang setuju konsumen jika produk Phia Deva *Bakery* masih kurang dipromosikan serta jika dipromosikan kurang menarik. Saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah CV. Phia Deva *Bakery* diharapkan dapat meningkatkan sistem promosi dengan penambahan berbagai media sosial, dan lebih mengembangkan kualitas dalam pembuatan produk baru dengan tujuan produk CV. Phia Deva *Bakery* lebih terkenal. Serta lebih mendesain kemasan lebih menarik sebagai ajang promosi kepada konsumen dan sekaligus sebagai penarik daya tarik pada konsumen.

Kata Kunci :penyusunan strategi pemasaran berdasarkan variabel *marketing mix* di CV. Phia Deva *Bakery*

ABSTRACT

PREPARATION OF MARKETING STRATEGY BASED VARIABLE MARKETING MIX IN CV. Phia DEVA BAKERY

MARTIN PARULIAN ZEGA
2012/340804/SV/02692

This thesis to determine consumer perceptions of product bakphia CV. Phia Deva Bakery with the intention to renew or improve product quality and service quality as well as numerous strategic business concepts such as marketing mix, promotion and distribution with the aim to enhance customer satisfaction and meet consumer desires. In the CV. Phia Deva Bakery recommended to create a new product in order to maintain the quality of business on the competitiveness of the companies that produce phia with other recipes. The method used is in the form of case studies, which take a particular object to be analyzed in depth by focusing on a problem that will be analyzed. In analyzing a problem of data that we use is primary data and data sekunder. Dimana primary data collected through questionnaires and direct observations to customers in the CV product. Phia Deva Bakery. Sedangkan secondary data can be obtained from a variety of books and resources. Based on the results of the research showed that consumer perceptions about products, pricing, and distribution channels consumer views could not agree on a CV. Phia Deva Bakery. Therefore, it appears from the views of consumers about product quality, affordability CV product purchase location. Phia Deva Bakery and affordability of products in the CV. Phia Deva Bakery consumers, but the research also shows that consumer perception of the product promotion CV. Phia Deva Bakery unfavorable, it is indicated that if the consumer agrees less Phia Deva Bakery products still lacking promoted and if promoted less attractive. The advice given in this study is the CV. Phia Deva Bakery is expected to improve the promotion system with the addition of a variety of social media, and further develop the quality in the manufacture of new products with the aim of CV products. Deva Bakery Phia more terkenal. Serta more designing packaging more attractive as a venue for the promotion to consumers as well as towing power of dance to the consumer.

Keywords: preparation of a marketing strategy based on marketing mix variables CV. Phia Deva Bakery