

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK WULIING PADA PT PUTRA PERDANA INDONIAGA CABANG KEDIRI (WULIG MOTORS)

Oleh
HERLA TITA SARI
1761055

Dosen Pembimbing:

Erminati Pancaningrum, ST., MSM

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran pada PT Putra Perdana Indoniaga Cabang Kediri. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian dilaksanakan pada PT Putra Perdana Indoniaga Cabang Kediri dengan memilih 5 informan yang dianggap representative mewakili kelompoknya yang terdiri dari Branch Manager, Supervisor, Sales Counter dan Sales lainnya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode open coding, axial coding dan selective coding menunjukkan bahwa dengan ditetapkannya strategi pemasaran yang terarah akan dapat membantu perusahaan dalam memasarkan produk Wuling yang terdiri dari tiga varian yaitu Confero, Cortez dan Almaz yang sudah disesuaikan kepada konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya yang salah satunya adalah dengan cara menerapkan strategi segmentation, targeting, positioning. Hasil penelitian ini menunjukkan untuk bisa bersaing di Industri otomotif Indonesia wuling motor menerapkan *brading personal* serta bauran pemasaran dan menargetkan pangsa pasar yang tepat dengan .

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Pangsa Pasar

ABSTRACT

ANALYSIS OF WULING PRODUCT MARKETING STRATEGY AT PT PUTRA PERDANA INDONIAGA KEDIRI BRANCH (WULING MOTORS)

By
HERLA TITA SARI
1761055

Supervisor:
Erminati Pancaningrum, ST., MSM

This study aims to analyze the marketing strategy at PT Putra Perdana Indonega Kediri Branch. The type of research used in this research is descriptive qualitative research. The research was carried out at PT Putra Perdana Inoniaga Kediri Branch by selecting 5 informants who were considered representative representing their group consisting of Branch Manager, Supervisor, Sales Counter and other Sales. The data collection techniques used in this study were in-depth interviews, observation and documentation techniques. The results obtained were then analyzed using the open coding, axial coding and selective coding methods. It shows that the establishment of a targeted marketing strategy will be able to assist the company in marketing Wuling products which consists of three variants, namely Confero, Cortez and Almaz which have been adapted to consumers according to the needs of consumers. wants and needs, one of which is by implementing segmentation, targeting, positioning strategies. The results of this study indicate that to be able to compete in the Indonesian automotive industry, Wuling Motors applies personal branding and marketing mix and targets the right market share with .

Keywords: *Marketing Strategy, Marketing Mix, Market Share*