

ABSTRAK

RINA SYUSYIRAWATI. 2020, Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Pangsa Pasar Pada PT. Toyota Hadji Kalla Cabang Alauddin Kota Makassar. Dibimbing oleh pembimbing I Sultan Sarda dan pembimbing II Asdar.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran mobil Toyota Pada PT. Toyota Hadji Kalla Cabang Alauddin Kota Makassar melalui penerapan (Produk, harga, promosi, dan saluran distribusi) dalam peningkatan pangsa pasar. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini analisis strategi pemasaran, bauran pemasaran dan pangsa pasar. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yaitu studi kasus yang menghasilkan data-data yang dituangkan dalam kata-kata. *Marketing Mix strategy* Toyota yang diterapkan sangat efektif dan sukses, dari strategi Produk, Toyota mempunyai prinsip menciptakan *ever better cars* dimana Toyota akan terus mencoba menciptakan inovasi kendaraan dengan menyesuaikan Toyota Avanza yang benar sesuai dengan kebutuhan masyarakat di setiap wilayah tertentu. Dari strategi penentuan Lokasi, Toyota dari tahun ketahun selalu menambah persebaran saluran distribusi. Dari strategi Promosi, Toyota selalu menyebarkan iklan dan publisitas produk mereka diberbagai media, baik itu dimedia televisi, koran, ataupun media sosial. *Marketing Mix*, yaitu Produk, Harga, Promosi dan Distribusi yang telah diterapkan Toyota bisa dibilang sangat berhasil untuk menarik minat konsumen akan produk Toyota sehingga penjualan pun terus meningkat.

Kata Kunci :Strategi Pemasaran (Produk, Harga, Promosi, dan Saluran Distribusi).

ABSTRACT

RINA SYUSYIRAWATI. 2020, Analysis of the Implementation of Marketing Strategies in Increasing Market Share at PT. Toyota Hadji Kalla Alauddin Branch, Makassar City. Supervised by supervisor I Sultan Sarda and supervisor II Asdar.

The purpose of this study was to determine the implementation of Toyota car marketing strategies at PT. Toyota Hadji Kalla Alauddin Branch Makassar City through the application (Products, prices, promotions, and distribution channels) in increasing market share. While the method used in this study is the analysis of marketing strategies, marketing mix and market share. This research uses descriptive qualitative case studies that produce data outlined in words. Toyota's Marketing Mix strategy is implemented very effectively and successfully, from the Product strategy, Toyota has the principle of creating ever better cars where Toyota will continue to try to create vehicle innovations by adjusting the correct Toyota Avanza to suit the needs of people in each particular region. From the location determination strategy, Toyota from year to year always adds to the distribution channel distribution. From the Promotion strategy, Toyota always spreads advertisements and publicity of their products in various media, be it on television, newspapers, or social media. Marketing Mix, which is Product, Price, Promotion and Distribution that Toyota has implemented is arguably very successful in attracting consumers' interest in Toyota products so that sales continue to increase.

Keywords: Marketing Strategy (Product, Price, Promotion, and Distribution Channels).

