

ABSTRAK

Mantasia, Tahun 2019, Penerapan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin Di Kota Makassar, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Dr. Buyung Ramadhoni, dan Pembimbing II Ismail Rasulong.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran untuk meningkatkan pangsa pasar pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin di Kota Makassar. Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kualitatif, yaitu suatu penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan data dan informasi tentang suatu gejala dan fakta terhadap obyek dan tempat penelitian sesuai dengan apa adanya pada saat penelitian berlangsung. Penelitian ini dilaksanakan di Jl. Sultan Alauddin Makassar dengan memilih 5 orang narasumber yaitu 2 orang bagian divisi administrasi, 2 orang bagian divisi *sales* dan 1 orang bagian divisi layanan pelanggan pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin di Kota Makassar. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik *observasi* atau pengamatan, wawancara, serta dokumentasi. Penerapan strategi bauran pemasaran yang diterapkan pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin Makassar sudah efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menerapkan strategi bauran pemasaran yang tepat dapat meningkatkan penjualan perusahaan dan menguasai pangsa pasar.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Pangsa Pasar

ABSTRACT

Mantasia, 2019, Application of Marketing Strategies to Increase Market Share at PT. Hadji Kalla Alauddin Branch in Makassar City, Thesis Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Supervisor I Buyung Ramadhoni, and Advisor II Ismail Rasulong.

This study aims to determine the application of marketing strategies to increase market share at PT. Hadji Kalla Alauddin Branch in Makassar City. The type of research used in research is qualitative research, which is a study that is intended to collect data and information about a symptom and facts about the object and place of research in accordance with what is at the time the research took place. This research was conducted at Jl. Sultan Alauddin Makassar by selecting 5 resource persons namely 2 people from the administrative division, 2 from the sales division and 1 person from the grill service division at PT. Hadji Kalla Alauddin Branch in Makassar City. Data collection techniques using observation or observation techniques, interviews, and documentation. The application of the marketing mix strategy applied to PT. Hadji Kalla Alauddin Makassar Branch has been effective. The results showed that by implementing the right marketing mix strategy can increase company sales and dominate market share.

Keywords: Marketing Mix, Market Share

DAFTAR ISI