TUGAS AKHIR

PENERAPAN PERSONAL SELLING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PADA MITSUBISHI CABANG PADANG

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program Studi Manajemen Pemasaran dari Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

Oleh :

Dimas Fajjar Anggidjakti
1900512031

Dosen Pembimbing

Desyetti SE, ME.
NIP. 196612191992032001

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN

PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

2022

ABSTRAK

Semenjak persaingan antar *dealer/showroom* semakin banyak di Indonesia. Perusahaan harus menghadapi perusahaan dealer mobil merek lain yang tentu saja akan mencuri konsumen mereka. Banyak kelebihan yang bisa diberikan oleh perusahaan showroom lain mulai dari harga yang lebih murah , fitur yang tentu saja lebih update, atau model mobil yang dikeluarkan oleh produsen mobil Tujuan dari sebuah penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mempelajari strategi pemasaran pada Mitsubishi Dipo Internasional untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan konsumen.

Penelitian yang digunakan oleh penulis bersifat kualitatif dengan cara mengamati serta mewawancarai pihak manajer maupun karyawan di Mitsubishi Dipo Internasional. Metode tersebut dipilih oleh penulis, agar mengetahui strategi apa yang akan dikembangkan oleh perusahaan tersebut.

Strategi yang akan digunakan oleh di Mitsubishi Dipo Internasional meliputi 4p (produk, harga, lokasi, dan promosi). Cara lain yang bisa digunakan yaitu memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meraih pasar yang lebih luas dan promosi yang interaktif seperti canvassing, pameran di mall, melakukan promosi digital marketing pada facebook, instagram, whatsapp, olx, dll.

Kata Kunci : Personal Selling, Strategi Pemasaran