



PERTEMUAN 13

STRATEGI MARKETING MIX (4P)

Strategi Produk :

- Logo dan Moto (memiliki arti, menarik, mudah diingat)
- Menciptakan Merk (mudah diingat, kesan modern, memiliki arti, dan menarik)
- Kemasan (kualitas, bentuk, warna dan persyaratan lainnya)
- Label (pembuat, dimana dibuat, cara penggunaan, masa kadaluarsa, dll)



Strategi Harga

Tujuan : bertahan hidup, laba maksimal, market share, pesaing.

Metoda penetapan harga :

Diskriminasi harga

(menurut pelanggan, bentuk produk, tempat, waktu).

Harga produk baru

(Market skimming pricing, market penetration pricing)



Place (Distribution)

Faktor yang berpengaruh :

- ⦿ Pasar/pelanggan,
- ⦿ karakteristik produk,
- ⦿ pertimbangan pengendalian

Jenis Distribusi :

- ⦿ Distribusi intensif,
- ⦿ Distribusi eksklusif,
- ⦿ Distribusi selektif



Strategi Promosi (promotional mix) :

- ⦿ Advertensi,
- ⦿ sales promotion,
- ⦿ publick relation,
- ⦿ personal seling.

