

## ABSTRAKSI

Bagus Handoko/ 10207190

**“STRATEGI PEMASARAN PT. METRODATA ELECTRONICS, TBK DALAM USAHA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK TEKNOLOGI INFORMASI”.**

Penulisan Ilmiah, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2012.

Kata kunci: Strategi pemasaran dan tingkat penjualan PT. Metrodata Electronics.  
(ix + 37 halaman)

Dalam memasarkan produk teknologi informasi, PT. Metrodata Electronics menerapkan strategi-strategi pemasaran yang digunakan sebagai berikut yaitu strategi penetapan harga, strategi saluran distribusi, strategi promosi dan strategi SWOT. Selain dapat mengetahui strategi pemasaran yang dipakai, penulis juga dapat mengetahui tingkat penjualan produk teknologi informasi yang diperoleh PT. Metrodata Electronics mulai tahun 2006 sampai dengan tahun 2010. Mulai tahun 2006 sampai dengan tahun 2008 selalu terjadi peningkatan penjualan, walaupun sempat mengalami penurunan ditahun 2009 karena munculnya perusahaan pesaing yang sangat pesat. Tetapi PT. Metrodata Electronics mampu mengatasinya dengan naiknya kembali tingkat penjualan perusahaan tersebut ditahun 2010.

Daftar Pustaka (2003 s/d 2009)