

ABSTRAK

ARIEF SATTRIA BUDIMANSYAH, 31216050

BAURAN PEMASARAN KEDAI ARAB CILODONG

LKP, Program Studi Manajemen Pemasaran, Program Diploma III Bisnis dan Kewirausahaan

Universitas Gunadarma, 2019

Kata Kunci : Bauran Pemasaran

X+22

Bauran pemasaran adalah istilah yang digunakan dalam sebuah bisnis dimana seorang eksekutif bisnis merupakan orang yang berperan sebagai mixer of ingredient atau pencampur bahan-bahan. Istilah ini diperkenalkan pertama pada tahun 1964 dari seseorang yang bernama Neil Borden dalam artikelnya yang dikeluarkan pada tahun serupa. Tujuan kerja praktik adalah untuk mengetahui secara langsung kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam menjalankan bauran pemasaran. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan metode observasi berupa pengamatan langsung dilapangan dan metode wawancara dengan menanyakan langsung pada narasumber. Berdasarkan hasil kerja praktik yang telah dilakukan didapatkan informasi mengenai penerapan bauran pemasaran di Kedai A.R.A.B Cilodong adalah produk, harga, tempat, promosi. Produk yang dihasilkan Kedai A.R.A.B ada dua, yaitu Pancong dan Susu. Harga yang ditawarkan di Kedai A.R.A.B sangatlah terjangkau, walaupun murah, Kedai A.R.A.B juga menjamin bahwa rasa yang dihasilkan dari produk tersebut pasti enak. Tempat yang strategis menjadikan Kedai A.R.A.B ini mudah dijumpai. Dalam hal promosi Kedai A.R.A.B melakukan beberapa promosi, yaitu dengan promosi penjualan dan perikanan.

Daftar Pustaka (2001-2019)