

# ANALISA MARKETING MIX PT ANUGERAH GALA PERSADA

HADRIAN ARDEN PRAYOGEE

UNIVERSITAS CIPUTRA

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisa *marketing mix* dari PT Anugerah Gala Persada, sebuah perusahaan distribusi di Surabaya. Perusahaan ini adalah perusahaan pemula yang sedang menghadapi tantangan dalam tahap awal menjalani kegiatan usahanya. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penarikan sampel yang dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti. Populasi dari penelitian ini adalah para konsumen Dua Rajawali dan juga para manajer toko modern tempat dimana produk Dua Rajawali dijual serta seorang *salesman* dari PT Anugerah Gala Persada.

Penelitian ini menemukan bahwa diantara semua faktor dalam *marketing mix*, faktor promosi adalah area dimana perusahaan kurang memperhatikan karena terbukti dari tidak adanya kegiatan promosi yang dilakukan secara signifikan. Hal ini mengakibatkan stagnannya penjualan pada trimester pertama di tahun 2016.

Disarankan untuk penelitian selanjutnya dilakukan dengan penelitian yang lebih mendalam dari salah satu faktor dalam *marketing mix*.

Kata kunci: kualitatif, *marketing*, *marketing mix*, perusahaan distribusi, promosi