

Kebijaksanaan marketing mix pada mingguan oleh raga bola

Prio Anggoro, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184088&lokasi=lokal>

Abstrak

Alasan Penelitian : Ingin mengetahui bagaimana mingguan olahraga BOLA menghadapi pesaing dan pembacanya. Tujuan Penelitian : Untuk melihat bagaimana penerapan kebijaksanaan marketing mixnya di dalam persaingan. Metoda Penelitian : Meninjau ke perusahaan Ltntuk wawancara dengan pimpinan "dan karyawan perusahaan. Melakukan observasi pada sarana komunikasi dan agen-agen yang dimiliki perusahaan. Data-data nonlapangan seperti catatan kuliah, dan media lainnya. Hasil Penelitian : Pemilihan dan penataan berita" menjadi prioritas dalam peningkatan mutu produk. Penyajian tata artistik berperan pembacanya. Biaya untuk menimbulkan daya tarik bagi produksi merupakan faktor paling dominan dalam proses penetapan harga. Harga kertas koran sebagai pengendali harga. Menggunakan jaringan distribusi KOMPAS yang telah tertata rapi. Untuk kelancaran distribusi perlu memotivasi, menjaga hubungan baik, dan mengevaluasi channel memberinya. Promosi terutama sebagai alat agar masyarakat tetap aware. Untuk mencegah oplah yang semakin menurun, BOLA melakukan promosi berhadiah besar. Kesimpulan dan Saran. Distribusi, mutu produk, dan penawaran yang lebih baik memantapkan posisi market leader. Adanya peristiwa olahraga besar dapat meningkatkan oplah. Isi berita yang kurang menarik menyebabkan penurunan jumlah oplah. Product dan market modification sebagai langkah untuk menarik pembaca baru. Disarankan menambah jumlah halaman pada rubrik yang paling digemar-i. Untuk meningkatkan oplah perlu memperbesar jumlah hadiah. Untuk mempertahankan jumlah pembaca terbesar perlu penetapan harga yang 'genap'.