

Strategi pertumbuhan produk pada tahap penjualan menurun pada bakpau ming yen = Product growth strategy for declining sales phase of bakpau ming yen / Jogi Huxany Fatah

Jogi Huxany Fatah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20365090&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini membahas tentang strategi pemasaran yang perlu dilakukan oleh Bakpau Ming Yen untuk meningkatkan penjualannya di masa mendatang. Tidak adanya perubahan dan bertambahnya kompetitor menjadi penyebab terus menurunnya penjualan dari Bakpau Ming Yen. Penelitian dimulai secara kualitatif dengan metode wawancara dan dilanjutkan secara kuantitatif dengan metode Importance Performance Analysis. Hasil penelitian menunjukkan beberapa kekuatan dan kelemahan Bakpau Ming Yen yang kemudian menyarankan Bakpau Ming Yen untuk melakukan strategi Market Development didukung dengan strategi Product Development yang tertuang dalam Marketing mix 4P (product, price, place, promotion) baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

<hr>

ABSTRACT

This thesis discusses the marketing strategies that need to be done by a Steamed Bun Ming Yen to increase sales in the future. The lack of change and increased competition continue to be the cause of the decline in sales of Steamed Bun Ming Yen. Qualitative research begins with interviews and followed quantitatively by the method of Importance Performance Analysis. The results showed some strengths and weaknesses then suggest Steamed Bun Ming Yen to run Market Development strategy and supported by Product Development strategy which contained in the 4P marketing mix (product, price, place, promotion) for both short-term and long-term.