ABSTRAK

Khoirul Marom, B04205021 : **Strategi Pemasaran Perusahaan Rokok 369 Tobacco Bojonegoro**

Kata Kunci : Strategi Pemasaran

Dalam skripsi hanya mengkaji satu permasalahanyaitu : Bagaimana Strategi Pemasaran Perusahaan Rokok 369 Tobacco Bojonegoro.

Dimasa perekonomian dengan persaingan yang semakin intensif sekarang ini perusahaan dituntut memenangkan persaingan. Untuk mencapainya seorang manajer perusahaan harus membuat kebijakan baik intern maupun ekstern. Kebijakan intern yang ditempuh perusahaan yaitu memperhatikan unsur-unsur bauran pemasaran dalam pemasarannya. Sedangkan dalam menghadapi faktor eksternal yang merupakan faktor yang tidak terkendali tetapi mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keberhasilan pemasaran seperti : luas pasar, daya beli, pesaing, pendatang baru, peraturan pemerintah dan perkembangan teknologi.

Dari hasil penelitian strategi pemasaran yang diterapkan oleh Perusahaan Rokok 369 Tobacco Bojonegoro adalah segmentasi pasar yang berorientasi pada segmentasi geografis, demografis, dan psikologi, market entry strategi dan strategi bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id