

ABSTRAK

Skripsi oleh Irfan Ansori, 2014, Judul: *Strategi Marketing Mix Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya)*. Skripsi Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Pembimbing : Deasy Tantriana, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi *marketing mix* produk dalam meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya dan kendala dalam melakukan *marketing mix* di Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya. sehingga peneliti bisa mengetahui hasil dari penerapan strategi dan kendala dalam penerapan strategi tersebut.

Teknik analisa data yang digunakan adalah setelah semua data yang diperlukan dalam penelitian ini terkumpul, maka selanjutnya data diolah dan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif.

Metode yang digunakan peneliti dalam meneliti sebuah kasus ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif, karena pendekatan kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan, menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta serta sifat hubungan antara fenomena yang diselidiki. Adapun sumber data yang diperoleh yaitu dengan menggunakan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Strategi yang digunakan oleh Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya adalah dengan menerapkan strategi *Marketing mix* atau lebih di kenal dengan 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Strategi produk, harga, distribusi dan promosi Itu semua dilakukan oleh Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya agar masyarakat mengetahui produk yang ada di Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya serta memudahkan konsumen yang ingin memesan.

Kata Kunci : *Product, Price, Place, Promotion, Marketing Mix*