

ABSTRAK

Tinjauan Bauran Pemasaran pada PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang (*Branch Office*) Padang

Oleh: Widia Sefiska Rahma

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan Bauran Pemasaran PT. Tiga Serangkai Internasional cabang (*Branch Office*) Padang untuk menghadapi pesaing. Penelitian ini menggunakan satu variabel yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*). Variabel dalam penelitian ini diuraikan menjadi empat unsur yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan lokasi/distribusi (*place*).

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik deskriptif, yaitu bertujuan untuk mendeskripsikan, menjelaskan dan mengembangkan berbagai hal yang menyangkut dengan bauran pemasaran di PT. Tiga Serangkai Internasional cabang (*Branch Office*) Padang.

Hasil dari penelitian dijelaskan bahwa PT. Tiga Serangkai Internasional cabang (*Branch Office*) Padang sudah menggunakan empat unsur bauran pemasaran. Hal ini dilihat dari proses yang dijalankan oleh perusahaan. Produk yang disediakan oleh perusahaan juga sangat beragam. Dengan keberagaman produknya perusahaan menawarkan harga yang lebih murah dari pada pesaingnya Namun untuk promosi dan distribusi belum cukup efektif dan efisien.