

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JASA LONG RANGE ULTRASONIC TEST DI PT. HARCO SOLUSI INDONESIA

DEWI MAHARANI

NPM: 115210907

Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Riau
Pekanbaru

ABSTRAK

Penelitian dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran jasa long range ultrasonic test di PT. Harco Solusi Indonesia. Strategi pemasaran sebagai dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh untuk memenangkan keunggulan bersaing dalam memproduksi barang atau jasa seperti jasa long range ultrasonic test di PT. Harco Solusi Indonesia. Berdasarkan permasalahan tersebut maka penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan skala likert sebagai alat ukur pengumpulan data penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan/i PT. Harco Solusi Indonesia dengan sampel berjumlah 10 orang yang di tentukan. Berdasarkan hasil deskriptif diperoleh nilai segmenting 54% kategori setuju, targeting 38% kategori setuju, positioning 40% kategori setuju dan 7P sebesar 37,14% kategori setuju. Hasil dalam penelitian ini dapat disimpulkan memiliki hasil setuju.

Keyword: strategi pemasaran, jasa long range ultrasonic test, PT. Harco Solusi Indonesia