

STRATEGI PEMASARAN PADA PT MAGNA DWI ANITA TOUR (MADINA TOUR)

SANTI, HENDRI RAHMAYANI ASRI,SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : manajemen pemasaran

Abstraksi :

iii ABSTRAKSI SANTI (11201717) STRATEGI PEMASARAN PADA PT MAGNA DWI ANITA TOUR PI. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma , 2004. Kata Kunci : STRATEGI PEMASARAN, PT MAGNA DWI ANITA TOUR (x + 43+2 lampiran) Banyaknya produk yang ditawarkan oleh berbagai macam produsen baik itu untuk produk barang maupun produk jasa membuat para produsen berpacu dalam meningkatkan penjualannya, apalagi untuk produksi yang sejenis diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran disini dibatasi untuk poduk jasa Traveling atau biro jasa perjalanan dalam hal ini yang dilakukan oleh PT Magna Dwi Anita Tour atau yang lebih dikenal dengan nama Ma dina Tour. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Magna Dwi Anita Tour dengan menggunakan metode analisis SWOT dari data tahun 2003. Strategi yang digunakan Madina Tour umumnya sama halnya dengan yang dilakukan oleh perusahaan travel lainnya diantaranya untuk lebih mengenalkan produkproduk paket wisata yang dibuat oleh PT Magna Dwi Anita Tour dilakukan melalui iklan dalam surat kabar, penyebaran brosur, serta melalui buku wisata. Selain itu PT Magna Dwi Anita Tour juga memberikan potongan harga untuk musim liburan hal ini dilakukan guna menghadapi banyaknya persaingan terhadap perusahaan sejenis, dan tidak hanya itu saja PT Magna Dwi Anita Tour juga memberikan paket wisata study tour (berwisata sambil belajar). Daftar Pustaka (1996 2003)