

ABSTRAK

Merta Rosiana Sari, (1520310051), Analisis Penetapan Harga Dalam Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Jasa Intermedia Offset.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pada perusahaan jasa percetakan Intermedia Offset. Selain itu, juga untuk mengetahui bagaimana penetapan harga dalam strategi pemasaran pada perusahaan jasa percetakan Intermedia Offset.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dan menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi serta uji keabsahan data dengan proses pengumpulan data yang tepat, salah satu dengan proses triangulasi. Analisis data dilakukan dengan metode reduksi data, menyajikan data (*data display*), mengambil kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) strategi pemasaran yang dilakukan oleh pemilik Intermedia Offset sangat memperhatikan *segmenting*, *targeting* dan *positioning*. *Segmentasi* pasar yang dilakukan dengan cara mengelompokkan pasar, meneliti watak dan keinginan konsumen. Posisi sebagai penentang pasar Intermedia Offset lebih agresif memperbesar pasar dan pangsa pasar dengan membidik semua pasar seperti ecer dan riseler Serta penerapan bauran pemasaran yang terdiri dari (produk, harga, distribusi dan promosi). 2) menetapkan harga dengan menambahkan suatu presentase tertentu dari total biaya (*cost plus*), serta menggunakan strategi diskriminasi atau diferensiasi harga (*demand differential pricing*), selain itu juga dengan melakukan riset pasar dengan melihat harga rata-rata dipasaran untuk menyamakan harga yang akan ditetapkan dengan menekan biaya produksi serendah-rendahnya.

Kata kunci : *Penetapan Harga, Strategi Pemasaran*