

NAMA : PUTRI AYU ANGGRAINI  
NIM : D41211130  
PRODI / GOL : MID / C  
MATKUL : MANAJEMEN PEMASARAN

## MARKETING MIX ( 4P; Product, Price, Promotion, and Place)

### ➤ *PRODUCT*

Dalam definisi luas, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk daya tarik, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang bias memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk yang dimaksud disini adalah sesuatu yang dijual dalam bisnis atau perusahaan. Baik itu barang atau jasa yang memiliki nilai guna serta sedang dibutuhkan oleh konsumen.

- *Functionality*

*Functionality* atau kegunaan produk merupakan derajat kepercayaan konsumen bahwa dalam penggunaan produk atau jasa tertentu akan membawa peningkatan terhadap kinerja pekerjaannya.

- *Brand*

Merek (*Brand*) adalah Nama, istilah, tanda, lambang, atau desain (atau kombinasi), yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang/jasa dari salah satu penjual/kelompok penjual dan mendiferensiasikan dari para pesaing. Diferensiasi dapat bersifat fungsional, rasional atau nyata (berhubungan dengan kinerja produk dan merek), serta Simbolis, emosional, atau tidak nyata (berhubungan dengan apa yang dipresentasikan merek).

Inti merek yang berhasil adalah produk/jasa yang hebat, didukung oleh perencanaan yang kuat dan terstruktur, Sejumlah komitmen jangka panjang dan Pemasaran yang dirancang dan dijalankan secara efektif dan kreatif.

- ❖ Peran merek

- Bagi konsumen

- ✓ Mengidentifikasi pembuat produk
- ✓ Memungkinkan konsumen untuk menuntut tanggung jawab atas kinerja pabrik/distributor
- ✓ Mengevaluasi produk sama dengan merek berbeda
- ✓ Menemukan merek mana yang memuaskan

- Bagi perusahaan

- ✓ Merek menyederhanakan penanganan atau penelusuran produk

- ✓ Merek membantu mengatur catatan persediaan dan catatan akuntansi
- ✓ Hak kekayaan intelektual menjamin perusahaan dapat berinvestasi dengan aman dalam merek tertentu

- *Packaging*

*Packaging* merupakan gabungan dari ilmu-seni-teknologi untuk melindungi produk terhadap pengaruh lingkungan yang merusak. Keputusan kemasan sering meliputi desain label, yang menunjukkan, menggambarkan, dan mempromosikan produk. Kemasan memberikan banyak manfaat kunci, seperti perlindungan produk dan promosi. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan.

- *Services*

*Services* atau pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan(uang) atau jasa. Pelayanan atau services yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan.

Sedangkan, menurut Kotler & Keller, jasa adalah segala aktivitas, manfaat atau *performance* yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, yang bersifat *Intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun, yang dimana dalam produksinya dapat terikat maupun tidak dengan produk fisik.