

ABSTRAK

Tresna Ghinan Pafiatry, EVALUASI KELAYAKAN USAHA DARI ASPEK PEMASARAN BERDASARKAN PROGRAM PROMOSI PADA CAFE DISTRICT 29 BANDUNG. Pembimbing I Agus Sudono, SE.MM dan Pembimbing II Dewi Turgarini, SS.,MM.PAR

Permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran pada Café District 29 Bandung. Penelitian ini dilakukan berdasarkan adanya beberapa keluhan dari konsumen untuk pertama kali nya datang ke Café District 29 ini karena kesulitan untuk mencari lokasi café tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Café District 29 serta mengetahui permasalahan di Café District 29. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan analisis yaitu metode yang menggambarkan keadaan sebenarnya berdasarkan fakta-fakta dan data-data yang ada, kemudian data tersebut diolah, dianalisis dan diproses lebih lanjut. Kuisisioner disebar kepada 85 konsumen Café District 29.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan Café District 29 dengan melalui Media Sosial seperti Instagram salah satunya. Permasalahan yang dihadapi Café District 29 dalam pelaksanaan produk salah satunya promosi. Dalam dimensi promosi yang mendapat nilai tertinggi yaitu promosi melalui media *online* dengan nilai 208, sedangkan yang mendapat skor terendah yaitu promosi melalui media cetak 205.

Kata Kunci: Kelayakan Usaha, Strategi Pemasaran, Marketing Mix.

ABSTRACT

Tresna Ghinan Pafiatri, EVALUATION OF BUSINESS EXPEDIENCY OF MARKETING ASPECT BASED ON PROMOTION AT CAFÉ DISTRICT 29 BANDUNG. Adviser I Agus Sudono, SE.MM And Adviser II Dewi Turgarini, SS.,MM.PAR

The problem in this research is to know about marketing strategy at Café District 29 Bandung. This research is done based on some complains of consumers who come for the first time to Café District 29 Bandung because of difficulty for found the location of Café District 29 Bandung. The purpose of tis research os to know the marketing strategy that applied at Café District 29 Bandung. And also for knowing some marketing problem in Café District 29 Bandung with Marketing Mix analysis. Research method that used in this research is descriptive and analysis method that explain about the real condition of Café District 29 Bandung with some fact and data that found at Café District 29 Bandung. That fact and data had processing as a questionnaire that given to 85 consumers at Café District 29 Bandung.

The result of this research is showing that marketing strategy that applied at Café District 29 Bandung is instagram. The problem that there is in Café District 29 Bandung is promotion. The higest promotion aspect that be question in questionnaire to consumers is promotion from online media with 208 point, while the lowest aspect is from mold media with 205 point.

Key Words: Business Expendiency, Marketing Strategy, Marketing Mix.

