

ABSTRAK

Bima Putra Budiono, 14031224 "EVALUASI KELAYAKAN BISNIS BADRANAYA CIKOPI NADJONG DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN". Skripsi 2018, dibawah bimbingan Agus Sudono,SE.,MM. dan Oman Sukirman,MM

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keadaan bisnis badranaya cikopi nadjong dan untuk mengetahui gambaran bisnis badranaya cikopi nadjong dari aspek pemasaran

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian, dan pada pengumpulan data penulis menggunakan kuesioner sebagai alat bantu.

Hasil dari penelitian ini berupa saran kepada pemilik usaha agar usaha yang dijalankan memiliki prospek yang bagus. Dan hasil dari penelitian ini adalah Pada aspek promosi, *Coffe Shop* Badranaya memang belum melakukan promosi yang baik, dan hanya mengandalkan promosi mulut ke mulut, *banner* dan baligo saja. Pada promosi *online Coffe Shop* Badranaya hanya mempunyai akun media sosial saja dan tidak intens pada aktivitas promosi. Agar meningkat jumlah pengunjung yang datang ke *Coffe Shop* Badranaya memerlukan promosi yang lebih intensif dan konsisten.

Aspek pemasaran Badranaya Cikopi Nadjong baik. Pada aspek kualitas produk Badranaya Cikopi Nadjong sudah mendapatkan skor yang baik secara keseluruhan tapi pada sub faktor kualitas rasa memiliki skor yang termasuk dalam 3 skor terkecil. Pada aspek promosi Badranaya Cikopi Nadjong memang belum melakukan promosi yang maksimal. Badranaya Cikopi Nadjong hanya mengandalkan promosi mulut ke mulut, *banner* dan baligo saja.

KATA KUNCI : Evaluasi Kelayakan Bisnis, Badranaya Cikopi Nadjong, Aspek Pemasaran

ABSTRACT

Bima Putra Budiono, 14031224 "EVALUASI KELAYAKAN BISNIS BADRANAYA CIKOPI NADJONG DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN". Thesis 2018, under the guidance of Agus Sudono, SE., MM. and Oman Sukirman, MM

The purpose of this study was to determine the business situation of badranaya cikopi nadjong and to find out the business description of badranaya cikopi nadjong from the marketing aspect.

In this study researchers used quantitative methods. The quantitative method is called the traditional method, because this method has been used for a long time so it has been defined as a method for research, and in data collection the author uses a questionnaire as a tool.

The results of this study in the form of advice to business owners so that the business carried out has good prospects. And the result of this research is that in the aspect of promotion, Coffe Shop badranaya cikopi nadjong has not done a good promotion, and only relies on mouth to mouth promotion, banners and baligo only. In the online promotion Coffe Shop Badranaya cikopi nadjong only has social media accounts and is not intense on promotional activities. In order to increase the number of visitors who come to Badranaya cikopi nadjong Coffe Shop requires a more intensive and consistent promotion.

The marketing aspect of Badranaya Cikopi Nadjong is good. In the quality aspect of Badranaya Cikopi Nadjong product, it has got a good score overall, but in the sub quality factor, the score has a score that is included in the 3 smallest scores. In the aspect of promotion Badranaya Cikopi Nadjong did not make a maximum promotion. Badranaya Cikopi Nadjong only relied on mouth to mouth promotion, banners and baligo only.

KEYWORDS: *Evaluation of a Business, Badranaya Cikopi Nadjong, Marketing Aspect*