

INTISARI

Tugas Akhir ini bertujuan untuk membahas tentang profil PT Habitat Hunian, meliputi sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, fasilitas yang ditawarkan, serta membahas strategi promosi yang digunakan oleh pemasaran Serampai Kitchen di Habitat Property untuk menarik pelanggan. Berdasarkan observasi dan pengamatan penulis yang dilaksanakan pada tanggal 5 Februari 2020 sampai dengan 17 Maret 2020. Metode penulisan data yang digunakan penulis untuk mengerjakan final paper ini yaitu metode qualitative dimana penulis mendeskripsikan kejadian berdasarkan observasi dari penulis sebelumnya. Penulis juga melakukan wawancara yang melibatkan Branch Manager PT. Habitat Property yaitu Mr. Yeremias Nardi Cahyanto, dan bagian akuntansi Habitat@Hyarta yaitu Mrs. Dian Rosdiana. Serampai Kitchen adalah restoran milik Habitat@Hyarta yang menggunakan pendopo sebagai bangunan restoran mereka untuk melayani pembeli. Serampai Kitchen telah menerapkan 4 indikator dalam strategi promosi yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi. Indikator tersebut digunakan oleh penulis untuk meneliti kesesuaian antara strategi promosi Serampai Kitchen dengan 4 indikator tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada satu strategi pemasaran yang tidak diterapkan oleh Serampai Kitchen yaitu strategi tempat.

Kata kunci: Strategi Promosi, Serampai Kitchen, Marketing.

ABSTRACT

This Final Paper aims to discuss the profile of PT Habitat Hunian, including the history, vision and mission, organizational structure, facilities offered, and also discuss the promotional strategies used by Serampai Kitchen's marketing at Habitat Property to attract customers. Based on the author's observations from February 5, 2020 to March 17, 2020. The data writing method used by the author to work on this final paper is a qualitative method where the author describes events based on observations from the author. The author also conducted interviews involving the Branch Manager of PT. Habitat Property, namely Mr. Yeremias Nardi Cahyanto, and the accounting department of Habitat@Hyarta, namely Mrs. Dian Rosdiana. Serampai Kitchen is Habitat@Hyarta's restaurant that uses *the pendopo* as their restaurant building to serve guests. Serampai Kitchen has implemented 4 indicators in its promotion strategy, namely product strategy, price strategy, place strategy, and promotion strategy. This indicator is used by the author to examine the suitability of the Serampai Kitchen promotion strategy with these 4 indicators. The results of the study shows that there is one marketing strategy that is not implemented by Serampai Kitchen, namely the place strategy.

Keywords: Promotion Strategy, Serampai Kitchen, Marketing