

ABSTRACT

Research object from this thesis is located on Rollaas Café Cito Surabaya. It analyzes about marketing of coffee product there. It's all derived from marketing mix: product, price, place, and promotion. This research also analyzes the marketing strategy by distributing the questionnaires to the customer with the purpose to know the effectvity of those marketing strategies.

This research used mixed-method combination. It combines qualitative and quantitative method. The quantitative used when collecting the sample as the basic to decided number of respondent. Meanwhile, qualitative used to describe all the finding in this research.

Based on this research, it can conclude tht marketing strategy applied by Rollaas Café Cito is the strategy derived from marketing mix, which is influence customer by the factor of product, price, place, and promotion.

Keywords: marketing, mixed-method, marketing mix

INTISARI

Objek penelitian dalam skripsi ini adalah Rollaas Café Cito di Surabaya. Penelitian ini membahas tentang pemasaran produk kopi yang ada di Rollaas Café Cito dalam bauran pemasaran yang mencakup pemasaran produk, harga, tempat, dan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan di Rollaas Café. Selain itu, penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah strategi pemasaran yang diterapkan dapat diterima oleh pengunjung atau tidak.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kombinasi, yaitu penggabungan dua metode yaitu kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif digunakan dalam pengambilan sampel sebagai dasar penentuan jumlah responden. Sedangkan metode kualitatif digunakan untuk menjabarkan temuan data.

Berdasarkan penelitian ini, dapat diketahui bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Rollaas Café Cito menggunakan strategi turunan dari bauran pemasaran, yang mempengaruhi konsumen dari faktor produk, harga, tempat, serta promosi.

Kata kunci: pemasaran, metode kombinasi, bauran pemasaran