



ABSTRACT

The research aimed to analyze the marketing strategy “Cokro Tela Cake” based on general profile of tourists that making a purchase. In addition, the research also aims to determine the effect of marketing strategy in improving cassava product into product souvenirs of Yogyakarta. In this research used research method qualitative descriptive, data collected by observation, interviews, surveys, and literature. The research analyze by 7P theory of marketing mix. Result of research indicate that the effectiveness of the marketing strategy to determine the amount of revenue and repeat visits from tourists. This affects the product “Cokro Tela Cake” with knowing the perception of consumer by the general profile of tourists.

Keywords: marketing strategy, marketing mix, marketing effectiveness, and general profile of tourists.



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh “Cokro Tela Cake” dengan mengetahui profil umum wisatawan yang melakukan pembelian. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari strategi pemasaran dalam meningkatkan produk olahan singkong atau ketela pohon menjadi produk makanan khas Yogyakarta. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dalam pengumpulan data menggunakan cara observasi, wawancara, survey, dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan analisis bauran pemasaran dengan menggunakan 7P. Hasil ini menunjukkan bahwa adanya efektivitas strategi pemasaran dengan mengetahui jumlah pendapatan dan kunjungan ulang dari wisatawan. Hal ini berpengaruh pada produk “Cokro Tela Cake” dengan mengetahui persepsi konsumen berdasarkan profil umum wisatawan.

Kata kunci : strategi pemasaran, bauran pemasaran, efektivitas pemasaran, dan profil umum wisatawan.