

INTISARI

Nyata Kopi adalah salah satu warung kopi yang menambah ketatnya persaingan warung kopi di Yogyakarta. Nyata Kopi memberikan berbagai fasilitas dan kenyamanan bagi customer. Dalam pendirian bisnisnya *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* sangat diperhatikan oleh Nyata Kopi.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran dan *marketing mix* pada “Nyata Kopi”. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer hasil dari wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini adalah Segmentasi Nyata Kopi berada di wilayah Yogyakarta dengan usia 20-40 tahun, pekerjaan adalah mahasiswa, karyawan, jurnalis dan seniman baik pria maupun wanita dengan keadaan ekonomi menengah berpenghasilan >1.000.000.000. Nyata Kopi menarget pasarnya kepada mahasiswa, karyawan, seniman atau pekerja seni, jurnalis menengah yang menggemari kopi. Nyata Kopi berusaha menanamkan di benak konsumen bahwa *ngopi* enak tidak harus mahal dan juga mereka mengedepankan kualitas kopi yang baik dengan harga yang murah dan ditunjang dengan konsep suasana yang nyaman. *Marketing Mix* yang digunakan warung kopi “Nyata Kopi” sudah sesuai dengan stp yang ditentukan.

Kata kunci: *Segmenting, Targeting, Positioning*

ABSTRACT

Nyata Kopi is one of many coffee shops that increases the strict competition between coffee shops in Yogyakarta. Nyata Kopi provides many facilities for its customers. In its establishment, segmenting, targeting, and positioning were one of the biggest concern.

This research is aiming to analyze marketing strategy and marketing mix of “Nyata Kopi”.The data used in this research is primary data obtained by interviewing and observing. The result of this research is the segment take place in Yogyakarta with the customer age ranges on 20-40 years old, occupations are college student, employers, journalist and artist in the middle class with salary more than Rp. 1.000.000. Nyata Kopi is targeting on college student, employers, artist, and journalist that likes coffee. Nyata Kopi is trying to convey their customers that Nyata Kopi is a coffee shop that gives priority to the good quality of their coffee with inexpensive cost and providing a cozy environment. Marketing Mix used coffee shop "Nyata Coffee" is in accordance with the stp specified.

Keyword: Segmenting, Targeting, Positioning