



INTISARI

Kue Cubit adalah kue kecil yang memiliki diameter sekitar 4 centimeter. Kue tersebut berasal dari Jawa Barat. Sekarang ini di Yogyakarta, *Kue Cubit* telah menjadi terkenal. Fenomena yang sedang berkembang tersebut membuat para penjual *Kue Cubit* bermunculan. Cute Bite adalah salah satu penjual *Kue Cubit*, dan mereka adalah penjual *Kue Cubit* pertama yang menyajikan *Kue Cubit* dengan banyak rasa. Didalam tugas akhir ini, penulis bermaksud untuk mendiskripsikan dan menganalisa strategi marketing milik Cute Bite.

Penulis menggunakan dua cara dalam mengumpulkan data seperti observasi dan kajian pustaka. Dalam melakukan observasi, penulis menggunakan metode observasi secara langsung dalam menumpulkan data-data yang diperlukan untuk melengkapi tujuan penulis. Sebagai tambahan, penulis mengambil foto dan melakukan wawancara selama proses observasi untuk menyajikan beberapa informasi, berhubungan dengan tempat, bangunan, harga barang dan sebagainya. Selain itu, penulis juga akan menggunakan kajian pustaka dalam mengumpulkan data seperti pengertian dan teori dari para ahli sebagai bahan referensi yang tidak bisa didapat dengan melakukan observasi. Kemudian, data yang telah didapat akan dianalisa, dan dipresentasikan secara deskriptif.

Kesimpulan, Cute Bite sedang mencoba menjaga merek mereka tetap terkenal. Dapat dilihat dari strategi marketing mereka. Cute Bite menggunakan 4 Ps Marketing Mix dari Kotler. Produk Cute Bite adalah *kue cibut* yang terdiri dari rasa original, red velvet, talas, teh hijau, pisang, permen karet, dan tiramisu. Harga *Kue Cubit* mulai dari 6.000 sampai 9.000 rupiahtergantung jenis rasa, dan harga topping mulai dari 2.000 sampai 4.000 rupiahuntuk setiap jenis toping. Cute Bite mencoba mempromosikan merek mereka dan juga produk mereka dengan menggunakan sosial media, iklan, dan mengikuti event. Kemudian, lokasi Cute Bite cukup baik karena kedua tempatnya mudah untuk di akses. Di Ayam Geprek Jekardah, ada beberapa fasilitas disana seperti area parkir, mushola, wc, terminal listrik, dan akses internet gratis. Di pasar Sunmor, tempatnya mudah ditemukan karena tepat berada di sebelah fakultas hukum. Sebagai tambahan, penulis memiliki saran untuk Cute Bite. Cute Bite harus lebih memikirkan tentang inovasi agar pelanggan tetap menyukai produk dan merek mereka. Ketia mereka menyewa tempat kepada penjual lain, makan Cute Bite hanya memiliki pasar yang terbatas pada *Kue Cubit*. Oleh karena itu, mereka dapat membuka gerai mereka dengan konsep mereka dan meningkatkan pelanggan dengan menyajikan minuman atau produk lainnya

Kata Kunci: *Kue Cubit*, Cute Bite, Stategi Pemasaran.



ABSTRACT

Kue Cubit is a small cake that has diameter around 4 centimeters for each cake. It is originally from West Java. Recently in Yogyakarta, *Kue Cubit* has become famous. The phenomenon which is developing here makes many *Kue Cubit* sellers appear. Cute bite is one of the *Kue Cubit* sellers, and its the first *Kue Cubit* seller that serves any flavors of it. In this final graduating paper, the writer wants to describe the Cute Bite profile and analyze Cute Bite's marketing strategy.

The writer conducts two methods to collect data such as field research and library research. In the field research, the writer uses direct observation to collect the data needed to complete the writer's objectives. In addition, the writer will also take photos and interview during the observation to provide some information, related to location, building, prices and etc. Besides, the writer also conducts library research to collect data such as explanation and theories from experts as references that cannot be obtained by direct observation. Then, the data obtained are analyzed and presented descriptively.

Cute Bite is trying to keep its brand famous. It can be seen by its marketing strategy. Cute Bite is using 4 Ps marketing mix by Kotler. The product of Cute Bite is *Kue Cubit* which consists of original, red velvet, taro, green tea, banana, bubble gum, and tiramisu flavor. The prices of *Kue Cubit* start from 6,000 to 9,000 rupiahs according to flavor, and the topping price is started from 2,000 to 4,000 rupiahs for each kinds of topping. Cute Bite promotes its brand and also its product by using social media, advertising, and following event. Then, the locations of Cute Bite are good too because both of the locations are easier to access. At Ayam Geprek Jekardah, there are some facilities such as parking area, mosque, toilet, electric plug, and free wifi access. At the Sunmor market, it is easily to find because its place next to faculty of law. In addition, the writer has his own suggestions to Cute Bite. Cute Bite has to think over the innovation to make consumers love to their product and brand. When they rent place to other food seller, Cute Bite has limit market only *Kue Cubit*. Therefore, Cute Bite can open its store with their concept, and gain consumers by serving beverages or others.

Key Word: *Kue Cubit*, Cute Bite, Marketing Strategy.