

KOPI, DIA DAN MEREKA
STRATEGI PEMASARAN DENGAN PEMBERDAYAAN MILLENIAL
STUDI PADA REPUBLIK *COFFEE* WONOSALAM (RCW)

ABSTRAK

Oleh:

EKO ANDIKA PUTRA

Dosen Pembimbing

Chusnul Rofiah,SE.,MM.,CIQaR

Penelitian ini dilatar belakangi dari hasil penelitian beberapa kedai kopi yang menunjukkan suatu fenomena pentingnya dalam memberdayakan pemuda millennial dalam usaha *coffee shop* yang menjadi sorotan penelitian, karena menjadi topik yang sangat unik untuk dibahas pada penelitian di bidang manajemen dan termasuk karakter yang dibahas dalam teori strategi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran memberdayakan millennial, dengan mencari sumber data melalui wawancara tak struktur, dokumentasi dan observasi, serta triangulasi sumber data yang dilakukan peneliti, hasil data dianalisis menggunakan metode simple research design Rofiah & Bungin dan teknik analisis Miles & Huberman 1984. Hasil penelitian adalah berupa tiga temuan yang menjadi pembeda dalam strategi pemasaran Republik *Coffee* Wonosalam (RCW) dengan *Coffee Shop* lain yaitu: Endorse Intagram, Acara Musik, Dan Tempat Wisatawan serta Penghasil kopi.

Kata kunci: Strategi Pemasaran 7P, Pemberdayaan Millennial, Coffee Wonosalam