

**WHEN EAST MEET WEST: PERPADUAN KONSEP BUDAYA
DASARASA KOPI**

ABSTRAK

**Oleh :
Millenia Ervyanti**

**Dosen Pembimbing :
Dr. Nuri Purwanto, S.ST., MM**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha Dasarasa Kopi. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Model penelitian ini menggunakan desain sederhana dengan trigulasi teori. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini mengemukakan Strategi pemasaran Dasarasa Kopi berdasarkan Bauran pemasaran dapat dilakukan dengan cara Fokus pada inovasi menu minuman, Melihat trend pasar dalam menentukan produk, Melakukan riset dan menentukan menu yang populer, Memilih produk tepat sasaran, Menyediakan produk yang bervariasi, Menjaga kualitas dan daya tahan produk baik, Memberikan garansi produk, Mengelola persediaan produk, Melakukan riset harga pasar dalam menentukan harga jual, Menentukan harga yang mampu bersaing, Kemudahan Sistem pembayaran, Lokasi berada di area yang tidak terlalu padat, Jalan tidak terlalu lebar, jalur alternatif, serta akses yang mudah, Pemanfaatan tempat yang ada / alih fungsi, Tempat yang luas dan pengawasan cctv, Melakukan promosi melalui Word of mouth, Promosi media sosial, dan Mengkomunikasikan nuansa tradisional dan asri. Strategi pemasaran Dasarasa Kopi berdasarkan Store Atmosphere dapat dilakukan dengan cara Menyajikan keunikan konsep tempat, Merancang konsep tradisional dengan sentuhan modern, Memberikan Nuansa tradisional dan alami, Menambahkan dekorasi dan nuansa asri, Adanya gapura hidup, Menggunakan Furniture dengan bahan jati lawas, dan Tempat yang nyaman.

Kata kunci: Strategi pemasaran, Bauran pemasaran, *Store Atmosphere*, *Coffee shop*