

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN KEDAI KOPI TERASOVER

ABSTRAK

Oleh :

**Mochammad Rizaldi Ardiansyah
2061290**

**Dosen Pembimbing
Dr. Chusnul Rofiah, SE.,MM.,CIQaR**

Penelitian ini meneliti strategi pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Kedai Kopi Terasover. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi kualitatif yang melibatkan observasi langsung dan analisis data sekunder, penelitian ini mengidentifikasi bagaimana strategi pemasaran yang menggunakan marketing mix (segmenting, targeting, positioning) dan bauran pemasaran 7p dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada kedai ini. Melalui teknik analisis data yang digunakan yaitu Manual Data Analysis Procedure (MDAP), dari hasil wawancara yang disertai dengan triangulasi sumber dan teori, penelitian ini menemukan bahwa adanya pengelompokkan konsumen yang mencakup warga jombang dengan jenis kelamin laki-laki dan merupakan penggemar game online yang menjadi sasaran dalam target pemasaran kedai ini. Selain itu, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan kedai ini menjaga kebersihan tempat, memberikan fasilitas yang memadai, menyediakan fasilitas wifi, dan menyediakan ruangan tertutup untuk keperluan konsumen. Dalam menjalankan bauran pemasaran kedai ini memprioritaskan produk unggulannya, menggunakan resep yang paten, membuat promo jam 6 pagi, menjaga cita rasa, dan menggunakan kemasan khusus untuk menarik pelanggannya. Penelitian ini menyarankan agar usaha kedai ini bisa meluas dengan menerapkan sistem pesan antar melalui aplikasi gojek, grabfood dan shopeefood yang sudah tersedia di wilayah Jombang. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Strategi pemasaran, Kepuasan Pelanggan, STP, Bauran pemasaran