ABSTRAK

STRATEGI BAURAN PROMOSI TWO BEANS COFFEE CART

(Studi Deskriptif Mengenai Strategi Bauran Promosi Two Beans Coffee Cart Dalam Menarik Minat Pelanggan)

Oleh,
MUHAMMAD RAFI HARDIANSYAH
NIM. 41809131

Skripsi ini dibawah bimbingan :
Dr. Mahi M. Hikmat M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bauran promosi yang dilakukann oleh *Two Beans Coffee Cart* dalam menarik minat pelanggannya. Penelitian ini membahas tentang strategi bauran promosi *Two Beans Coffee Cart* yang dilihat dari jenis periklanan, promosi penjualan dan penjualan personal.

Pendekatan penelitian adalah kualitatif dengan metode deskriptif, teknik pengumpulan data adalah dokumentasi, wawancara mendalam, studi kepustakaan, observasi, dan penelusuran data online. Informan penelitian sebanyak tujuh orang,dua informan utama, dan lima informan pendukung, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisa data mencakup reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan evaluasi. Uji keabsahan data diantaranya meningkakan ketekuan, triangulasi data, dan diskusi dengan teman sejawat.

Hasil dari penelitian adalah **Jenis Periklanan** yang dijadikan pedoman untuk mengetahui strategi Two Beans Coffee Cart ialah informasi dari hasil interaksi yang dilakukan dengan pelanggan dan pengalaman yang dimiliki yang mana menegas kan jenis periklanan mereka, karena hal itu dinilai memberikan pengetahuan tentang bauran promosi bagi Two Beans Coffee Cart itu sendiri. **Promosi Penjualan** tersebutlah yang membuat two beans coffee cart tersebut didatangi oleh pelanggannnya**. Penjualan Perorangan** yang digunakan pendekatannya menggunakan sapa, salam dan senyum. **Kesimpulan** penelitian pada Strategi bauran promosi *Two Beans Coffee Cart* ialah pemaksimalan penggunaan media sosial yang tidak berbayar akan memberikan keuntungan yang cukup besar dan promosi penjualan secara spontan akan membuat pelanggan datang kembali untuk membeli produk.

.

Kata Kunci : Strategi Bauran Promosi, Deskriptif, Two Beans Coffee Cart