

## ABSTRAK

Nama : Brigitta Sabrina Jusman

Program Studi : Bisnis Perhotelan

Judul : Analisa Marketing Mix di Xing Fu Tang Indonesia

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat diterapkan dalam sebuah perusahaan. Bila ditetapkan dengan baik, benar dan maksimal maka strategi pemasaran yang diterapkan dapat memberikan dampak efek positif serta sangat bermanfaat bagi perusahaan, maka dari itu perusahaan harus dapat menyusun dan menentukan strategi pemasaran yang efektif dan cocok bagi perusahaannya. Seiring perkembangan teknologi yang semakin maju dengan pesat, bisa dikatakan bahwa strategi pemasaran telah memasuki masa baru. Pada kesempatan ini, penulis akan menganalisis bagaimana sebuah strategi *marketing* di terapkan pada Xing Fu Tang Indonesia. Strategi pemasaran yang digunakan pada penelitian ini adalah strategi *marketing mix* 4P (*Price, Product, Place, Promotion*). Peneliti melakukan penelitian menggunakan metode kualitatif artinya penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara tidak terstruktur menggunakan teknik *purposive sampling*.

Hasil dari penelitian dapat menunjukkan strategi penerapan *marketing mix* di Xing Fu Tang Indonesia yaitu dengan menerapkan strategi *marketing mix* 4P (*Price, Product, Place, Promotion*). Xing Fu Tang harus menjaga kualitas produk, memiliki ciri khas, konsisten dalam cita rasa, penggunaan promosi secara maksimal serta menarik melalui instagram, penggunaan *Key Opinion Leader*, pemberian diskon dan *merchandise*, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis serta memenuhi syarat *study* lokasi, serta penentuan harga yang tepat berdasarkan harga bahan, *exchange rate* dan kemampuan pasar. Hasil dari penelitian ini maka dapat mengetahui strategi *marketing mix* yang paling dominan di Xing Fu Tang Indonesia adalah dalam bidang promosi yaitu penggunaan *Key Opinion Leader* serta *merchandise* dan yang efektif adalah penggunaan promosi melalui instagram.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Metode Kualitatif