

ABSTRAK

Nama : Felix Wijaya
Program Studi: Hotel Business
Judul : Analisis Efektifitas Bauran Pemasaran di Restoran Burgushi Tanjung Duren

Penelitian ini berfokus pada analisis efektifitas bauran pemasaran di Restoran Burgushi Tanjung Duren. Tujuan penelitian ini untuk mendapat data informasi seberapa efektif bauran pemasaran yang digunakan restoran ini dalam memasarkan produk dan jasanya pada konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Sumber data dan informasi diperoleh dari hasil observasi ke objek penelitian dan wawancara dengan Operational Marketing restoran ini sebagai Narasumber. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan narasumber diperoleh informasi bahwa keempat komponen bauran pemasaran yaitu Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Place (Lokasi, Distribusi), dan Strategi Promosi telah dilakukan oleh restoran ini. Dari analisis SWOT terhadap keempat komponen bauran pemasaran diperoleh informasi bahwa strategi bauran pemasaran yang dilakukan cukup efektif terhadap tingkat kunjungan tamu maupun terhadap kinerja operasional antara lain tingkat penjualan dan loyalitas konsumen. Walaupun untuk tingkat penjualan narasumber berkeberatan untuk memberikan informasi yang lebih detail.

Kata Kunci: Restoran, Pemasaran, Bauran Pemasaran

ABSTRACT

Name : Felix Wijaya
Study Program : Hotel Business
Title : Analysis of the Effectiveness of the Marketing Mix in Burgushi Tanjung Duren Restaurant

This study focuses on analyzing the effectiveness of the marketing mix at the Burgushi Tanjung Duren Restaurant. The purpose of this study was to obtain information on how effective the marketing mix used by this restaurant in marketing its products and services to customers. The research method used is a qualitative descriptive approach. Sources of data and information obtained from observations to the object of research and interviews with Operational Marketing this restaurant as a resource. Based on observations and interviews with informants obtained information that the four components of the marketing mix namely Product Strategy, Price Strategy, Place Strategy (Location, Distribution), and Promotion Strategy have been carried out by this restaurant. From the SWOT analysis of the four components of the marketing mix, it was found that the marketing mix strategy carried out was quite effective on the level of guest visits and on operational performance including the level of sales and customer loyalty. Although for the level of sales, the sources object to providing more detailed information.

Keywords: Restaurant, Marketing, Marketing Mix