

ABSTRAK

Nama : Timothy Rafael, Cecilia, Cristiano Abey Magaska
Program Studi : Bisnis Perhotelan
Fakultas : Kewirausahaan dan Bisnis
Judul : **INOVASI PEMASARAN CAFE KISSA DI MAL
GRAND INDONESIA**

Industri makanan dan minuman (F&B) di Jakarta semakin kompetitif, terutama di pusat perbelanjaan seperti Mal Grand Indonesia. Café Kissa, sebagai bagian dari Ismaya Group, menghadirkan konsep unik yang memadukan elemen budaya Jepang dengan sentuhan Barat. Konsep ini berguna untuk bersaing di pasar ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana inovasi pemasaran, khususnya strategi berbasis bauran pemasaran 7P Kotler (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence), membantu Café Kissa menarik pelanggan dan menghadapi kompetitor seperti Union Deli dan Caffè Milano.

Metode penelitian bersifat kualitatif, dengan data diperoleh melalui observasi langsung, wawancara dengan marketing manager Café Kissa, serta analisis ulasan dari media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain interior Café Kissa yang estetik dan berfilosofi Ikigai, menu-menu khas Jepang yang inovatif dengan rasa umami, serta strategi promosi yang kreatif melalui platform digital, menjadi faktor keberhasilan mereka. Sebagai bagian dari Ismaya Group, Café Kissa juga menekankan hubungan langsung dengan pelanggan melalui layanan yang luar biasa, menjadikan interaksi dengan pelanggan sebagai nilai tambah yang memperkuat pengalaman konsumen. Strategi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik pelanggan tetapi juga memperkuat posisi Café Kissa di industri F&B.

Kata Kunci: Inovasi Pemasaran, Bauran Pemasaran 7P, Café Kissa, Ismaya Group, Kompetisi Bisnis, dan Grand Indonesia

ABSTRACT

Nama : Timothy Rafael, Cecilia, Cristiano Abey Magaska
Program Studi : Bisnis Perhotelan
Fakultas : Kewirausahaan dan Bisnis
Judul : **INOVASI PEMASARAN CAFE KISSA DI MAL
GRAND INDONESIA**

The food and beverage (F&B) industry in Jakarta is becoming increasingly competitive, especially in shopping centers like Grand Indonesia Mall. Café Kissa, as part of Ismaya Group, presents a unique concept that blends Japanese cultural elements with Western touches. This concept helps the café compete in the market. This study aims to analyze how marketing innovations, particularly the 7P marketing mix strategy (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence), assist Café Kissa in attracting customers and competing with rivals like Union Deli and Caffè Milano.

The research uses a qualitative approach, with data collected through direct observation, interviews with the marketing manager of Café Kissa, and analysis of social media reviews. The findings show that the aesthetic interior design of Café Kissa, inspired by the Ikigai philosophy, innovative Japanese dishes with umami flavors, and creative digital promotions are key to their success. As part of Ismaya Group, Café Kissa also emphasizes direct customer relationships through exceptional service, making interactions a value-added component that strengthens the customer experience. This strategy not only increases customer appeal but also strengthens Café Kissa's position in the F&B industry.

Keywords: Marketing Innovation, 7P Marketing Mix, Café Kissa, Ismaya Group, Business Competition, Grand Indonesia