

ABSTRAK

Farasi, Wildan Syariah. 2025. Analisis Bauran Promosi Dan Tempat Dalam Meningkatkan Penjualan Di Murai *Coffee* Gunungsitoli. Skripsi. Pembimbing Serniati Zebua, SE., M.Si

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena persaingan usaha kafe di Kota Gunungsitoli yang menuntut strategi pemasaran efektif, khususnya dalam pemanfaatan bauran promosi dan pemilihan lokasi usaha. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis bagaimana bauran promosi dan aspek tempat berperan dalam meningkatkan penjualan di Murai Coffee Gunungsitoli. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas pemilik, karyawan, serta pelanggan Murai Coffee. Data dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman, yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Murai Coffee telah menerapkan strategi promosi berupa periklanan sederhana, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung yang secara bertahap meningkatkan minat pelanggan. Sementara itu, faktor lokasi meskipun tidak berada di pusat kota, tetap memberikan peluang penjualan melalui suasana yang nyaman dan pelayanan berkualitas. Namun, tantangan masih ditemukan pada aspek kenyamanan, seperti kebisingan dari luar dan suhu ruangan yang panas, sehingga diperlukan perbaikan fasilitas pendukung. Penelitian ini bermanfaat bagi Murai Coffee dalam merancang strategi promosi dan penataan tempat yang lebih optimal, bagi Universitas Nias sebagai kontribusi dalam pengembangan ilmu pemasaran, serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin menelaah strategi pemasaran di sektor kuliner.

Kata Kunci: Bauran Promosi, Tempat, Penjualan, Pemasaran, Murai *Coffee*.

ABSTRACT

Farasi, Wildan Syariah. 2025. Analysis of Promotion Mix and Place in Increasing Sales at Murai *Coffee* Gunungsitoli. Thesis. Supervisor: Serniati Zebua, SE., M.Si

This research is motivated by the competitive nature of the cafe business in Gunungsitoli City, which demands effective marketing strategies, particularly in the use of promotional mixes and location selection. The objective of the study was to analyze how the promotional mix and location aspects contribute to increasing sales at Murai Coffee Gunungsitoli. The research method used was a qualitative approach, with data collection techniques through interviews, observation, and documentation. The informants consisted of the owner, employees, and customers of Murai Coffee. Data were analyzed using the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results indicate that Murai Coffee has implemented promotional strategies including simple advertising, sales promotions, personal selling, public relations, and direct marketing, which have gradually increased customer interest. Meanwhile, the location factor, despite not being in the city center, still provides sales opportunities through a comfortable atmosphere and quality service. However, challenges remain in the comfort aspect, such as outside noise and hot room temperatures, necessitating improvements to supporting facilities. This research is useful for Murai Coffee in designing more optimal promotional strategies and location arrangements, for Nias University as a contribution to the development of marketing science, and as a reference for future researchers who want to study marketing strategies in the culinary sector.

Keywords: Promotion Mix, Place, Sales, Marketing, Murai *Coffee*.