

ABSTRAK
**(STRATEGI PROMOSI *LITTLE EUROPE* DALAM
MENJARING KONSUMEN)**

Al Araaf Viktoria/ 1216031009

Jurusan Ilmu Komunikasi

aboboa7@gmail.com

Maraknya pertumbuhan restoran atau cafe saat ini mengakibatkan persaingan yang ketat di dalam usaha kuliner. *Little Europe* sebagai wisata kuliner harus mempunyai strategi pemasaran yang baik sehingga dapat berkembang dan mengungguli pesaingnya. Promosi dapat menjadi ujung tombak bagi *Little Europe* dalam menjaring konsumen. Strategi promosi yang tepat akan memberikan informasi tentang produk dan perusahaan serta dapat mempersuasi masyarakat untuk datang ke *Little Europe*. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan, menjelaskan dan menganalisis bagaimana strategi promosi *Little Europe* dalam menjaring konsumen. Tipe penelitian ini adalah tipe penelitian kualitatif dan menggunakan metode penelitian wawancara observasi dan kuisioner. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori bauran promosi dengan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Little Europe* memakai 4 dari 5 bauran promosi yaitu : Periklanan melalui Billboard, Radio dan koran. Promosi Penjualan melalui event solo song, kupon diskon dan *event* musik indie. Pemasaran Langsung melalui instagram dan juga bee talk. dan seorang humas yang bertugas untuk menjaring banyak konsumen.

Kata kunci : Strategi promosi, Bauran Promosi

ABSTRACT
***(LITTLE EUROPE PROMOTION STRATEGY TO GET
CONSUMER)***

Al Araaf Viktoria/ 1216031009

Jurusan Ilmu Komunikasi

aboboa7@gmail.com

The rise of restaurant or cafe growth today is a tough competition in the culinary business. Little Europe as a culinary tour must have a good marketing strategy that can grow and outperform competitors. Promotion can be a spearhead for Little Europe in capturing consumers. The right promotional strategy will provide information about products and companies and can persuade people to come to Little Europe. This research is intended to search, explain and analyze Little Europe promotion strategy in attracting consumers. This research method is. The theory used in this research is promotion mix theory with SWOT analysis. The results show Little Europe uses 4 out of 5 promotion mixes: Advertising via Billboard, Radio and Newspapers. Sales Promotion through solo song events, discount coupons and indie music events. Direct marketing through instagram and also bee talk. and a publicist who serves to attract many consumers.

Keywords: Promotion Strategy, Promotion Mix
