

## **ABSTRACT**

### **PROFIT ANALYST AND MARKETING MIX BEVERAGE IN COFFE SHOP 20 BANDAR LAMPUNG CITY**

**By**

**Maudy Aprodhita Churunin**

*This research aims to reviewing the procurement of raw materials, analyzing profits, and analyzing marketing mix of beverages in Kedai Kopi 20. This research using a case study method. Respondents are five person with purposive sampling, there is the owner of Kedai Kopi 20, two cashiers and two baristas. Data collecting was held from February to March 2021. Furthermore research data are analyzed by descriptive quantitative method with sixty right analysis, profit analysis, and marketing mix. Result of this research knowing that Kedai Kopi 20 has implemented the sixth principle in the procurement of raw material. Average profit obtained in one month of Rp 21,011,615. Kedai Kopi 20 is profitable dan feasible business to run with R/C value above one for all coffee and non-coffee drinks. Finally, marketing mix is already implement in Kedai Kopi 20 that is product, price, place, and promotion.*

*Key words: coffee shop, marketing mix, and profit*

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS KEUNTUNGAN DAN BAURAN PEMASARAN MINUMAN DI KEDAI KOPI 20 KOTA BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Maudy Aprodhita Churunin**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengadaan bahan baku, menganalisis keuntungan, dan menganalisis bauran pemasaran minuman di Kedai Kopi 20. Penelitian menggunakan metode studi kasus. Responden berjumlah lima orang yang dipilih dengan purposive sampling yaitu pemilik Kedai Kopi 20, dua kasir dan dua barista. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Februari sampai Maret 2021. Data penelitian dianalisis menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan analisis enam tepat, analisis keuntungan, dan bauran pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan Kedai Kopi 20 telah menerapkan enam prinsip dalam pengadaan bahan baku. Rata-rata keuntungan yang diperoleh dalam satu bulan sebesar Rp 21.011.615. Kedai Kopi 20 merupakan bisnis yang menguntungkan dan layak dijalankan dengan nilai R/C di atas satu untuk semua minuman kopi dan non-kopi. Bauran pemasaran sudah diterapkan di Kedai Kopi 20 yaitu dengan mengamati terkait produk, harga, tempat, dan promosi.

Kata kunci : bauran pemasaran, kedai kopi, dan keuntungan.