

## ABSTRAK

### STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA COFFEE SHOP SINNI.LPG

Oleh

**NANDA OKTARA**

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai target penjualan sangat dipengaruhi oleh pemasaran yang baik. Strategi perusahaan merupakan wujud yang terarah dibidang pemasaran. *Coffee Shop Sinni.Lpg*. Dengan adanya persaingan maka Coffee Shop Sinni.Lpg diperlukan strategi dalam menghadapi pesaing. Dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan, Coffee Shop Sinni.Lpg menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) dalam menentukan pelaksanaan pemasaran. Tetapi dalam pelaksanaannya terdapat sedikit kekurangan dan Promosi yang dilakukan di Coffee Shop Sinni.Lpg yaitu dengan melakukan promosi penjualan secara bertemu tatap muka langsung kepada para konsumen.

Tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada Coffee Sinni.Lpg Metode yang digunakan peneliti dalam menyusun laporan akhir ini adalah metode deskriptif, yaitu metode penelitian dengan cara menjabarkan peristiwa berdasarkan teori yang ada sehingga akhirnya menghasilkan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah terdapat sedikit kekurangan dalam hal promosi produk dari Sinni.Lpg, karena perusahaan kurang melakukan kegiatan promosi ke berbagai media cetak maupun digital. Dalam hal produk, harga dan distribusi perusahaan sudah melakukannya dengan sangat baik. Saran untuk Coffee Sinni.Lpg harus meningkatkan dan menambah Varian Produk agar dalam melaksanakan promosi ke berbagai media cetak dan juga media Sosial

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Target Penjualan, Volume Penjualan, promosi, dan Media Sosial**