

ABSTRAK

Bandung adalah ibu kota provinsi Jawa Barat, yang merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia. Pada saat ini perkembangan ekonomi kreatif di Kota Bandung menunjukkan peningkatan yang signifikan, terutama di industri kuliner. Kota Bandung memiliki beragam pilihan wisata kuliner. Lereng Anteng Panoramic Coffee Place sebagai objek penelitian dalam penelitian ini, data yang diperoleh dikelola dengan analisis dengan menggunakan *Marketing Mix (7P)*. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dimana data yang diperoleh melalui observasi (wawancara, serta kajian lokasi langsung dari peneliti), metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar bauran pemasaran melalui analisis SWOT pada Lopes Anteng Panoramic Coffee Place. Hasil Matriks SWOT pada Lereng Anteng *Panoramic Coffee Place* Kota Bandung adalah: 1) Strategi SO: Menambah inovasi menu produk berupa menu “paket nongkrong”, Menjalin kerjasama yang baik dengan pemasok dan tenan, Memanfaatkan media sosial instagram. 2) Strategi WO: Memberikan diskon kepada konsumen yang melakukan *E-wom* di Instagram, Menambah tenan yang memiliki produk dengan keunikan tertentu, Menambahkan fasilitas *free wifi*, Bekerjasama dengan televisi nasional pada program kuliner untuk memperkenalkan kota bandung sebagai kota kuliner dan menginformasikan lokasi lereng anteng yang kurang strategi, 3) Strategi ST: Memberikan pengetahuan kepada setiap karyawan tentang cara mengevakuasi korban bencana alam, Mengadakan *event*/perlombaan foto yang berkaitan dengan panorama alam. 4) Strategi WT: Menambahkan layanan *live music* di Cafe Lereng Anteng untuk membuat konsumen mersa lebih nyaman.

Kata kunci: Bauran Pemasaran(7P), Analisis SWOT

