

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Tinjauan Mengenai Aktivitas Bauran Pemasaran di TvV Store pada Tahun 2018. TvV Store merupakan sebuah *startup* yang menyediakan aplikasi sebagai *platform* penyedia produk *homeshopping as seen on tv*. Saat ini (mei 2018), aplikasi TvV Store terunduh sebanyak 3.710, angka yang cukup rendah jika dibandingkan dengan *lejel.co.id* pesaing TvV Store yang memiliki unduhan lebih dari 10.000. Ini dapat disebabkan oleh kurangnya penerapan Bauran Pemasaran Web di TvV Store, karena faktor bauran pemasaran web berfungsi sebagai *tool* dalam menarik perhatian konsumen untuk menggunakan sebuah aplikasi. Maka, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bauran pemasaran web yang dilakukan oleh TvV Store.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, metode pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara serta observasi terhadap website dan aplikasi TvV Store, kemudian melakukan analisis data, pengumpulan data kemudian menarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TvV Store menerapkan bauran pemasaran web yang sudah baik, namun ada beberapa kekurangan seperti konten website dan aplikasi yang tidak diperbaharui setiap bulannya, terdapat menu bar website yang tidak berfungsi, layanan *live chat* dengan balasan yang sangat lama.

Keywords: Marketing Mix, e-marketing, Scope, Site, Synergy, System, homeshopping products, startup, e-commerce