

## **ABSTRAK**

Vape atau rokok elektrik adalah salah satu jenis dari penghantar nikotin selain rokok konvensional. Rokok elektrik ini dirancang untuk membantu para perokok aktif keluar dari zona tersebut dan beralih ke rokok elektrik ini. Industri Vape merajalela pada tahun 2015 di Indonesia, pertumbuhannya sangat pesat pada tahun 2017 ketika para pembuat liquid (cairan vape) lokal berani menjual belikan liquid mereka dan direspon positif oleh para pengguna vape di Indonesia. Marketing mix adalah salah satu kunci suksesnya pelaku bisnis untuk mendapatkan volume penjualan. Dengan menggunakan Marketing mix, dan menggunakan pendekatan SWOT diperkirakan akan meningkatkan volume penjualan. Pada masa pandemic ini para pelaku bisnis di Industri Vape merasakan susahnyanya mendapatkan omset seperti sebelum masa pandemic. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh marketing mix (Product, Price, Place dan Promotion) terhadap tingkat penjualan dan di kota Bandung. Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang melibatkan 2 aktor yaitu pengguna vaporizer di Bandung dan pelaku bisnis (toko retail vaporizer di Bandung). Hasil dari penelitian ini nantinya akan memberikan saran dan masukan kepada pelaku bisnis di industry vape. Selain itu hasil dari penelitian ini bisa juga dipakai oleh penulis yang lain untuk menjadikan pedoman penulisan.

Kata kunci: marketing mix, analisis SWOT