

ABSTRAK

Pemasaran menjadi salah satu faktor terpenting guna mencapai keberhasilan bisnis yang dijalankan. Pesatnya perkembangan bisnis pada saat ini memaksa seluruh pelaku bisnis untuk berfikir dan mengidentifikasi beberapa strategi untuk mencapai sasaran yang mereka tuju. Suatu perusahaan mengatur strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai sasaran tersebut. Strategi yang baik dalam rencana pemasaran adalah ketika strategi tersebut berjalan mencapai tujuan dengan cara yang efisien salah satunya menggunakan strategi bauran pemasaran atau *marketing mix* yang dapat dilakukan untuk menganalisa suatu usaha atau bisnis. *Marketing mix* tersebut meliputi *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Critoe Coffee dalam upaya meningkatkan penjualan produk dan strategi apa yang paling penting dari bauran pemasaran yang digunakan Critoe Coffee dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Sifat penelitian ini adalah deskriptif data yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan analisis data diperoleh secara kualitatif disimpulkan dengan cara berfikir induktif.

Hasil temuan dari analisis data yang diperoleh penulis adalah Critoe Coffee menerapkan strategi *marketing mix* yang sudah cukup baik. Upaya untuk meningkatkan penjualan Critoe Coffee menggunakan strategi promosi dan strategi produk dengan mengikuti pameran festival kopi. Untuk strategi produk Critoe Coffee sangat mengutamakan inovasi pada produk dan kualitas produk yang tinggi sehingga akan menambah kepuasan konsumen dalam mengonsumsi produk Critoe Coffee terutama produk kopi. Selain itu Critoe Coffee melakukan pelatihan khusus untuk Sumber Daya Manusia yang akan diangkat menjadi karyawan atau pegawai *coffee shop* Critoe Coffee Bandung.

Kata Kunci : Pemasaran, Bauran Pemasaran, Critoe Coffee Bandung.