

ABSTRAK

Perkembangan bisnis industri Food And Beverage di Indonesia terus berkembang, terutama di kota-kota besar, salah satunya kota Bandung. hal ini membuat persaingan bisnis antar perusahaan dengan perusahaan lainnya menjadi lebih ketat. salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri Food And Beverage ini adalah Maresto.id. untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memenangkan persaingan dalam pasar, Maresto.id terus berinovasi dan menetapkan strateginya untuk menarik konsumen. Maresto.id saat ini tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga berfokus pada penumbuhan citra merek yang baik dimata masyarakat. dengan banyaknya produk yang sejenis, setiap perusahaan menerapkan strateginya masing-masing untuk memenuhi kebutuhan konsumen. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari citra merek dan bauran pemasaran terhadap keputusan penggunaan secara continue melalui kepuasan pelanggan.

Jenis penelitian ini adalah metode Kualitatif. dalam penelitian ini, dengan melakukan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Triangulasi yaitu gabungan dari wawancara, observasi dan dokumentasi.

Kegiatan strategi bauran pemasaran yang dilakukan Maresto.id menggunakan bauran pemasaran 7P yakni Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence dianggap belum efektif untuk diterapkan dalam meningkatkan pemasaran, melalui penelitian ini, peneliti melihat banyaknya strategi bauran pemasaran yang tidak berjalan dengan baik dikarenakan kurangnya sumber daya manusia di maresto.id

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Promosi, Bisnis.