

ABSTRAK

Tugas akhir ini membahas implementasi pemasaran layanan reservasi dengan memanfaatkan media *digital signage* sebagai strategi untuk meningkatkan efektivitas promosi dan interaksi pelanggan di Ngolab, sebuah *startup* yang bergerak di bidang F&B dan *retail platform*. *Digital signage* digunakan sebagai media komunikasi visual yang dinamis untuk menampilkan informasi produk dan layanan secara *real-time*, sementara layanan reservasi berfungsi sebagai sarana partisipasi aktif pelanggan dalam melaksanakan kegiatan maupun acara. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui observasi dan dokumentasi aktivitas pemasaran. Hasil menunjukkan bahwa *digital signage* memberikan dampak positif terhadap peningkatan perhatian pengunjung dan mempercepat konversi reservasi. Integrasi kedua pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi penyampaian informasi produk dan layanan, tetapi juga memperkuat citra Ngolab sebagai *startup* yang adaptif terhadap teknologi digital. Dengan demikian, strategi pemasaran ini dapat dijadikan model pengembangan bagi startup sejenis dalam menghadapi tantangan *marketing* dan bisnis di era digital.

Kata Kunci: strategi pemasaran, pemasaran digital, reservasi, *digital signage*, *startup* F&B