

## ABSTRAK

**Mardina Aswin, 2018: Tinjauan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada Toko Dery Brownies Kota Padang Sumatera Barat.**  
**Pembimbing : Halkadri Fitra, SE, MM, Ak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bauran pemasaran yang dilakukan oleh Toko Dery Brownies Kota Padang Sumatera Barat.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan data yang diperoleh dari wawancara yang diajukan langsung dengan pihak Toko Dery Brownies. Hasil penelitian ini adalah Toko Dery Brownies menerapkan bauran pemasaran dengan menggunakan unsur 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidance, Process*). Produk yang diterapkan dari segi kualitas berupa merk, kemasan, dan kualitas. Dari segi harga ditetapkan standar sesuai dengan ukuran, jenis kue dan produk yang digunakan. Toko Dery Brownies melakukan strategi distribusi langsung dan membangun tempat yang strategis agar mudah dijangkau oleh masyarakat. Dan promosi yang dilakukan Dery Brownies menggunakan cara *personal selling, advertising, dan word of mouth*.

Kendala yang dihadapi Toko Dery Brownies adalah kurangnya tenaga khusus untuk bidang Informasi dan Teknologi (IT) sehingga kurang efektifnya mempromosikan produk dan bahan baku yang digunakan berasal dari luar (impor) sehingga menyebabkan harga pemasaran yang cukup tinggi.

Kata Kunci: **Bauran Pemasaran**