

ABSTRAK

Tinjauan Strategi Promosi Pada Tebing Coffee Di Payakumbuh

Oleh: Dori Prima Abadi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kegiatan strategi promosi yang diterapkan oleh Tebing coffee untuk pendapatan penjualannya. Lokasi penelitian ini di Tebing coffee yang beralamat di Jln. Tan Malaka Km 14, Dandung-dandung, Kab. Lima Puluh Kota, Provinsi Sumatera Barat. Metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah dengan observasi dan wawancara langsung kepada pemilik Tebing coffee. Dari penelitian ini menjelaskan bahwa Tebing coffee mempunyai strategi promosi dengan menggunakan variabel-variabel promosi seperti: Periklanan (*Advertising*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Hubungan Masyarakat (*Public Relation*), Acara dan Pengalaman (*Event and Experience*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Periklanan yang diterapkan oleh Tebing coffee yaitu melalui pemanfaatan media sosial Instagram, 2) Promosi penjualan yang diterapkan oleh Tebing coffee yaitu dengan memberikan potongan harga, memberikan diskon beli 2 gratis 1, serta harga yang sama untuk semua item pembelian. 3) Publisitas yang diterapkan oleh tebing coffee yaitu Pihak Tebing mendapat publisitas dari beberapa akun media instagram seperti @infasumatrafest, @sorerabuproject, dan klickpost. 4) Acara dan Pengalaman, pada bagian ini pihak Tebing coffee melakukan kegiatan seperti live musik yang diadakan setiap hari Jum'at, Sabtu, Minggu, hal ini bertujuan untuk memberikan hiburan bagi konsumen atau pelanggan dan memberikan kenyamanan untuk konsumen tersebut, kemudian Tebing coffee juga sering melakukan *event-event* musik serta mengadakan turnamen game.

Kata kunci : Strategi promosi.