

ABSTRAK

Judul : Penerapan *Marketing Mix* Pada *Coffee Shop Atas Kopi*

Pembimbing : Hendri Andi Mesta, S.E.AK, M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *marketing mix* yang dilakukan oleh “Atas Kopi” di Kota Solok dalam menjalankan usahanya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu berupa uraian atas keterangan yang telah didapatkan dari tempat usaha untuk disusun kembali secara sistematis dalam bentuk laporan. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Dari hasil pembahasan dapat dijelaskan bahwa “Atas Kopi” menerapkan *marketing mix* yaitu dengan menawarkan menu atau produk yang beragam dan bervariasi, selalu melakukan inovasi dan pengembangan produk namun tetap menjaga kualitas dan konsisten terhadap rasa. Keseluruhan harga yang standar, menyesuaikan dengan harga pasaran dan bahan baku yang digunakan. Lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau. Melakukan promosi melalui media sosial seperti *Instagram*, serta mengikuti *event* dan perkumpulan seputar perkopian. Terus berusaha memberikan standar pelayanan yang terbaik dengan dilengkapi beberapa fasilitas yang bermanfaat. Dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan *marketing mix* di *coffee shop* “Atas Kopi” sudah baik dan dapat membedakan dengan produk para pesaing.

Kata kunci : *Marketing mix*, “Atas Kopi”