**ABSTRAK**

 **Marones Coffee Bandung merupakan salah satu kedai kopi yang tengah berkembang terletak di Jl. Pasirhonje VI No. 171 Padasuka, Cimenyan Bandung. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat permasalahan tentang strategi pemasaran terhadap tujuan penjualan yang dilakukan oleh Marones Coffee Bandung seperti *product*, *process* dan *promotion* yang belum dilaksanakan secara optimal.**

**Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis, teknik pengumpulan data dengan observasi non-partisipan, wawancara terstruktur dan penyebaran angket kepada 10 responden. Analisis data yang digunakan adalah koefisien korelasi *rank spearman.***

**Hasil analisis berdasarkan uji koefisien korelasi menunjukkan terdapat pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Tujuan Penjualan adalah sebesar 81,9% dan dikatakan terdapat hubungan erat dan searah, sehingga dapat dikatakan apabila Strategi Pemasaran dilakukan dengan baik maka tujuan penjualan akan naik. Dengan hasil hubungan sebesar 81,9% ini menunjukkan hasil yang signifikan, dengan kata lain permasalahan jenis produk yang kurang inovasi, proses penyajian makanan yang kurang cepat dan promosi yang kurang gencar, perusahaan harus melakukan perencanaan baru untuk mengubah strategi pemasaran agar tujuan penjualan tercapai.**

**Saran-saran yang dapat peneliti kemukakan antara lain Marones Coffee Bandung sebaiknya melaksanakan strategi pemasaran yang belum sepenuhnya dilakukan oleh Marones Coffee Bandung yaitu *product*,*process* dan *promotion*. Marones Coffee Bandung sebaiknya memperhatikan hal-hal tentang tujuan penjualan yang belum sepenuhnya tercapai oleh Marones Coffee Bandung mengenai target penjualan sehingga diharapkan dapat melaksanakan strategi pemasaran agar bisa meningkatkan tujuan penjualan pada Marones Coffee Bandung.**

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran dan Tujuan Pennjualan**