

ABSTRAK

Kobin *Coffee* Bandung merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam Industri Kopi yaitu *Coffee shop*. Pada Kobin *Coffee* ditemukan beberapa masalah yang diantaranya ialah produk yang ditawarkan masih kurang bervariasi dan belum maksimalnya strategi promosi yang dilakukan, hal ini tentu berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Kobin *Coffee*.

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini ialah mengetahui bagaimana gambaran umum pada Kobin *Coffee* Bandung, mengetahui bagaimana kondisi bauran pemasaran pada Kobin *Coffee* Bandung, mengetahui bagaimana kondisi minat beli pada konsumen Kobin *Coffee* Bandung, mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli pada konsumen Kobin *Coffee* Bandung, mengetahui apa saja hambatan serta usaha yang telah dilakukan oleh Kobin *Coffee* Bandung dalam melaksanakan bauran pemasarannya terhadap minat beli konsumen. Metode penelitian yang digunakan ialah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, pengumpulan data melalui kuisisioner, observasi, dan juga wawancara. Kuisisioner penelitian ini disebarkan kepada konsumen dan calon konsumen Kobin *Coffee* Bandung sebanyak 30 responden. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis regresi dengan korelasi dan koefisien determinasi

Berdasarkan hasil penelitian dapat diidentifikasi bahwa bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen Kobin *Coffee* Bandung belum berjalan dengan baik atau maksimal. Hal ini dapat dilihat dari kurang maksimalnya pelaksanaan bauran pemasaran khususnya dalam segi produk dan promosi yang dilakukan oleh Kobin *Coffee* Bandung, sehingga menyebabkan kurangnya minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Kobin *Coffee* Bandung. Hambatan yang dihadapi Kobin *Coffee* Bandung yaitu promosi yang dilakukan belum maksimal, Selain itu, alat espresso yang dimiliki Kobin *Coffee* pun masih manual sehingga untuk melayani customer dalam jumlah banyak masih membutuhkan waktu yang cukup lama.

Saran peneliti terhadap Kobin *Coffee* Bandung ialah diharapkan Kobin *Coffee* dapat memaksimalkan bauran pemasarannya khususnya pada pada segi produk dan promosi, Serta lebih mengoptimalkan lagi promosi Kobin *Coffee* dalam berbagai *platform* sosial media. Saran peneliti bagi peneliti selanjutnya diharapkan peneliti mampu mengembangkan hasil dari penelitian ini.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Minat Beli Konsumen.

ABSTRACT

Kobin Coffee Bandung is a business engaged in the Coffee Industry, namely a Coffee shop. In Kobin Coffee, it was found that several problems were found, including the products offered were still less varied and the promotion strategy was not maximal, this certainly affected consumers' buying interest in Kobin Coffee.

The purpose of this research is to find out how the general description of Kobin Coffee Bandung is, find out how the conditions of the marketing mix at Kobin Coffee Bandung are, find out how the conditions of buying interest in Kobin Coffee Bandung consumers are, find out how much influence the marketing mix has on consumer buying interest in Kobin Coffee Bandung. , knowing what are the obstacles and the efforts that have been made by Kobin Coffee Bandung in implementing its marketing mix on consumer buying interest. The research method used is quantitative with descriptive research, data collection through questionnaires, observations, and interviews. This research questionnaire was distributed to consumers and potential consumers of Kobin Coffee Bandung as many as 30 respondents. The data analysis technique used is regression analysis with correlation and coefficient of determination

Based on the results of the study, it can be identified that the marketing mix on consumer buying interest in Kobin Coffee Bandung has not been running well or optimally. This can be seen from the less than optimal implementation of the marketing mix, especially in terms of products and promotions carried out by Kobin Coffee Bandung, causing a lack of consumer buying interest in the products offered by Kobin Coffee Bandung. The obstacle faced by Kobin Coffee Bandung is that the promotion is not optimal. In addition, the espresso equipment owned by Kobin Coffee is still manual so that it takes a long time to serve customers in large quantities.

The researcher's suggestion for Kobin Coffee Bandung is that it is hoped that Kobin Coffee can maximize its marketing mix, especially in terms of products and promotions, and further optimize the promotion of Kobin Coffee on various social media platforms. Researchers suggestions for further researchers are expected to be able to develop the results of this research.

Keywords: *Marketing Mix, Consumer Buying Interest.*

ABSTRAK

Kobin Kopi Bandung nyaéta usaha anu bergerak di Industri Kopi, nyaéta Warung Kopi. Dina Kobin Kopi kapanggih sababaraha masalah, diantaranya produk nu ditawarkeunana masih kurang variatif jeung strategi promosina teu maksimal, hal ieu tangtu mangaruhan minat meuli Kobin Kopi.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho kumaha gambaran umum ngeunaan Kobin Kopi Bandung téh, pikeun mikanyaho kumaha kaayaan bauran pamasaran di Kobin Kopi Bandung, mikanyaho kumaha kaayaan kapentingan meuli Kobin Kopi Bandung, manggihan. Kumaha pangaruh bauran pamasaran kana minat beuli konsumen di Kobin Kopi Bandung. , mikanyaho naon wae halangan-halangan jeung usaha anu geus dilakukeun ku Kobin Kopi Bandung dina ngalaksanakeun bauran pamasaranna kana minat beuli konsumen. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta kuantitatif kalayan panalungtikan déskriptif, ngumpulkeun data ngaliwatan angkét, observasi, jeung wawancara. Ieu angkét panalungtikan disebarkeun ka konsumen jeung calon konsumen Kobin Kopi Bandung saloba 30 réspodén. Téhnik analisis data anu digunakeun nyaéta analisis régrési kalawan korelasi jeung koefisien determinasi

Dumasar kana hasil panalungtikan, bisa diidéntifikasi yén bauran pamasaran minat beuli konsumen di Kobin Kopi Bandung tacan jalan kalawan hadé atawa optimal. Hal éta bisa katitén tina kurang optimalna palaksanaan bauran pamasaran, hususna dina hal produk jeung promosi anu dilaksanakeun ku Kobin Coffee Bandung, ngabalukarkeun kurangna minat beuli konsumen kana produk anu ditawarkeun ku Kobin Coffee Bandung. Halangan anu disanghareupan ku Kobin Kopi Bandung téh nya éta promosi anu henteu optimal, salian ti éta alat espresso anu dipiboga Kobin Kopi masih manual sahingga ngabutuhkeun waktu anu lila pikeun ngalayanan palanggan dina jumlah anu ageung.

Saran panalungtik pikeun Kobin Kopi Bandung, dipiharep Kobin Kopi bisa ngamaksimalkeun bauran pamasaranna, utamana dina hal produk jeung promosi, sarta leuwih ngaoptimalkeun promosi Kobin Kopi dina rupa-rupa media sosial. Saran panalungtik pikeun panalungtik ka hareup dipiharep bisa mekarkeun hasil tina ieu panalungtikan.

Kata Kunci: Campuran Pemasaran, Minat Meuli Konsumén.