

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Ganjil 2019/2020

STRATEGI PENERAPAN *MARKETING MIX* PADA WARUNG KAKI LIMA DI KOTA TANJUNGPINANG

Susana
NPM : 1641025

ABSTRAK

Pelaksanaan kerja praktek ini bertujuan untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada bauran pemasaran di Warung Kaki Lima didalam strategi penerapan bauran pemasaran karena tidak pernah melakukan promosi untuk memperluas target pasarnya. Warung Kaki Lima didirikan pada tahun 2018 dengan bantuan 15 orang karyawannya. Penulis mengerjakan aktivitas kerja praktik ini di mulai pada tanggal 15 Oktober 2019 sampai dengan 15 Desember 2019.

Menggunakan bauran pemasaran yang tepat merupakan hal yang penting dalam mengembangkan usaha. Memilih strategi pemasaran yang baik akan meningkatkan pendapatan suatu tempat usaha. Untuk membuktikan bahwa bauran pemasaran sangat berpengaruh besar jika digunakan dalam membangun suatu usaha penulis ingin mengimplementasikan marketing mix yang tepat untuk memperluas target pasar.

Kata kunci: *Marketing Mix*