

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi bauran pemasaran usaha kuliner Mantra RN di kecamatan Cicalengka kabupaten Bandung yang bertujuan untuk mengetahui implementasi bauran pemasaran di usaha kuliner Mantra RN, dan mengetahui kendala- kendala dalam implementasi bauran pemasaran di usaha kuliner Mantra RN, serta untuk mengetahui bauran pemasaran mana yang dominan terhadap peningkatan penjualan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini pengumpulan data berdasarkan pada kondisi yang alamiah, sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Subjek penelitian ini adalah *owner* dari Usaha Kuliner Mantra RN. Data akan dianalisa dengan metode deskriptif analisis.

Berdasarkan analisa data yang dilakukan, diperoleh hasil penelitian bahwa bauran pemasaran ini menunjang usaha kuliner Mantra RN dalam meningkatkan penjualan, meningkatkan kepuasan konsumen serta mengembangkan usahanya menjadi lebih maju. terdapat kendala kendala yang dihadapi oleh usaha kuliner Mantra RN dalam perjalanan usahanya. Diantaranya kesulitan dalam menentukan keputusan, ketersediaan bahan baku, kualitas pegawai/ karyawan, dan keterbatasan modal usaha. Dalam penerapannya di usaha kuliner ini, elemen yang paling dominan dan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dan pengembangan usaha adalah produk, lokasi/tempat dan promosi. Ketiga elemen tersebut dianggap memiliki peran dominan untuk kemajuan usaha kuliner Mantra RN.

Kata Kunci: bauran pemasaran, strategi, pemasaran, kuliner

## **ABSTRACT**

*This research was conducted to find out the marketing mix strategy for the Mantra RN culinary business in Cicalengka sub-district, Bandung regency which was carried out to determine the implementation of the marketing mix in the Mantra RN culinary business, to find out the obstacles in the implementation of the Marketing Mix in the Mantra RN culinary business, as well as to find out which marketing mix is dominant in increasing sales.*

*This study used qualitative research methods. In this study, data collection is based on natural conditions, primary data sources, and data collection techniques are mostly based on observation, in-depth interviews and documentation. The subject of this research is the owner of the Mantra RN Culinary Business. The data will be analyzed by descriptive analysis method.*

*Based on the data analysis carried out, it was found that the marketing mix supports Mantra RN's culinary business in increasing sales, increasing customer satisfaction and developing its business to be more advanced. there are obstacles faced by the Mantra RN culinary business in the course of its business. Among them are difficulties in making decisions, availability of raw materials, quality of employees/employees, and limited working capital. In its application in this culinary business, the most dominant and influential elements in increasing sales and business development are product, location/place and promotion. These three elements are considered to have a dominant role for the advancement of Mantra RN's culinary business.*

*Keywords: marketing mix, strategy, marketing, culinary*