

ABSTRAK

Tahun 2020 menjadi tahun dimana pandemi COVID-19 menyebar ke Indonesia. Pemerintah Indonesia berupaya untuk mencegah penyebaran virus CoV-2 dengan menetapkan PSBB atau pembatasan sosial berskala besar dan pembatasan operasional bisnis. Sektor akomodasi dan makanan dan minuman dipengaruhi oleh adanya kebijakan PSBB Pemerintah Republik Indonesia karena kurangnya ruang gerak untuk beroperasi. Hal ini mengakibatkan penurunan pemasukan atau penjualan usaha menengah kecil. Bauran pemasaran merupakan komponen pemasaran yang secara efektif digunakan dalam usaha di bidang makanan dan minuman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap penjualan kedai kopi di situasi pandemi COVID-19. Bauran pemasaran yang diteliti termasuk; produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik. Model penelitian ini merupakan studi kasus dengan memilih kedai kopi MP Coffee sebagai obyek dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan pada daerah Tangerang dimana terdapat dua cabang MP Coffee yang diteliti. Pengumpulan data diambil menggunakan metode survei dengan membagikan kuesioner terhadap 110 responden yang berkunjung ke MP Coffee Citra Raya. Metode pengumpulan sampel yang digunakan berdasarkan teknik *non probability* yaitu teknik *convenience sampling*. Pengumpulan data melalui keuesioner berlangsung selama satu minggu pada tanggal 13-19 Desember 2020. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan di analisa melalui perangkat SPSS. Hasil yang ditemukan dari penelitian adalah variabel utama yang mempengaruhi penjualan MP Coffee adalah bukti fisik. Variabel yang tidak mempengaruhi penjualan MP Coffee secara signifikan adalah variabel proses dan variabel tempat.

Kata kunci: Pengaruh, Baur Pemasaran, Penjualan, Kedai Kopi, COVID-19