

ABSTRAK

Pandemi *Covid-19* merupakan virus yang menyebar hampir di seluruh dunia, salah satunya Indonesia. Semenjak adanya pandemi *Covid-19*, pemerintahan Indonesia membuat peraturan untuk mengurangi penularan virus dari pandemi *Covid-19*, peraturan tersebut disebut dengan *new normal* atau PSBB. *New normal* atau PSBB tersebut berpengaruh terhadap kedatangan tamu di bar-bar, salah satunya Mr. Moonlight. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor pendorong kedatangan tamu ke Mr. Moonlight selama pandemi covid-19 dan untuk mengetahui strategi pemasaran Mr. Moonlight selama pandemi covid-19. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Pemasaran. Konsep yang digunakan adalah Pandemi, Bar, Strategi Pemasaran, dan Customer. Objek pada penelitian ini adalah faktor-faktor pendorong tamu di Mr. Moonlight pada masa pandemi *Covid-19*. Penelitian Kualitatif ini menggunakan 4 teknik pengumpulan data yaitu, wawancara, observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Penelitian ini juga menggunakan Field Research yaitu dengan observasi, wawancara, dan kajian pustaka. Strategi pemasaran yang dilakukan Mr. Moonlight yaitu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik, memiliki produk-produk unggulan, promosi di social media, dan mengundang Tamu KOL. Hasil dari penelitian ini yaitu faktor pendorong kedatangan tamu ke Mr. Moonlight selama pandemi *Covid-19* ada 4 yaitu, aktifnya digital marketing, harga, protokol kesehatan yang baik dan konsep bangunan yang nyaman serta aesthetic dan modern.

Kata kunci : *New normal*, pandemi, bar