

Abstrak – meningkatnya jumlah penduduk Indonesia menyebabkan kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap pangan semakin meningkat pula. Semakin meningkatnya kebutuhan pangan tersebut mendatangkan peluang-peluang bisnis yang dapat ditangkap oleh restoran dan rumah makan yang ada di kota Bandung, salah satunya Ayam Bakar Wong Solo. Ayam Bakar Wong Solo menggunakan strategi bauran promosi agar menarik minat dan bisa bersaing dalam dunia bisnis kuliner di kota Bandung. Jenis penulisan ini adalah deskriptif dan metode yang digunakan adalah kualitatif. Dalam penelitian Kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan pada populasi, tetapi ditransferkan ke tempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang dipelajari. Hasil dari penelitian menggunakan *fishbone diagram* menunjukkan urutan strategi bauran promosi yang kurang efektif sampai dengan yang efektif dilakukan Ayam Bakar Wong Solo, yaitu : *Public relation, Direct Marketing, Personal selling, Sales promotion, Advertising*.

**Kata kunci :** Bauran Promosi