

ABSTRAK

Dalam era globalisasi ini, persaingan bisnis menjadi sangat ketat terutama di bidang wisata kuliner. Berbagai restoran mengutamakan keunggulan cita rasa yang membedakan dengan pesaing seperti Bebek Kaleyo. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui promosi yang dilakukan Restoran Bebek Kaleyo, pertimbangan dalam melakukan bauran promosi tersebut dan penerapan bauran promosi menurut persepsi responden.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini 100 konsumen Bebek Kaleyo. Teknik pengambilan sample dengan *nonprobability sampling* menggunakan *sampling purposive*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bauran promosi yang dilakukan Bebek Kaleyo terdiri dari periklanan, promosi penjualan, humas dan publisitas dan pemasaran mulut ke mulut. Periklanan melalui media cetak seperti papan reklame dan media elektronik seperti halaman web. Promosi penjualan melalui kontes dan kupon potongan harga Humas dan publisitas melalui donasi ke rumah zakat dan bantuan bencana alam. Pemasaran mulut ke mulut melalui pihak internal perusahaan seperti karyawan dan eksternal dari konsumen yang menginformasi produk seperti mengunggah foto dll. Berdasarkan analisis deskriptif bahwa responden menilai bauran promosi yang dilakukan Bebek Kaleyo termasuk kedalam kategori baik dengan nilai rata-rata tertinggi dari subvariabel bauran promosi terdapat pada humas dan publisitas sebesar 86,37%, sedangkan rata-rata nilai terendah terdapat pada promosi penjualan dengan nilai sebesar 78,56%. Bauran promosi yang dilakukan Bebek Kaleyo memiliki skor nilai total sebesar 81,80% yang menunjukkan bahwa bauran promosi yang dilakukan sudah baik.

Kata kunci : Bauran promosi, Bebek Kaleyo, analisis deskriptif