ABSTRAK

Akhir tahun 2019 tepatnya di bulan Desember tahun 2019 dunia telah digemparkan dengan adanya virus baru yaitu corona virus yang di temukan pertama kali di Wuhan,China. virus ini sudah menyebar di indonesia dan hampir di seluruh negara di dunia. virus ini sangat mengubah kebiasaan dan pola hidup kita semua.selain mengubah kebiasaan dan pola hidup adanya virus ini berimbas pada penjualan UKM maupun usaha yang telah memiliki nama seperti Starbucks,oleh karena itu banyak UKM atau usaha yang telah memiliki nama melakukan promosi dan mengatur strategi promosi mereka agar tetap dapat bertahan di masa pandemic ini. salah satu brand yang melakukan beberapa strategi promosi adalah Starbucks. karena adanya pandemic ini maka penulis membuat penelitian tentang strategi promosi Starbucks coffee dalam menarik minat pembeli selama pandemic COVID-19. penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. penelitian ini banyak mendapatkan data dari social media dan dari jawaban para responden.

kunci : Corona virus, Penjualan, Strategi promosi,Starbucks