

Strategi Pemasaran Bisnis Makanan Online oleh Bisnis Rumahan Melalui Instagram: Studi Kasus dari @KouignPastry = Marketing Strategy for Online Food Business by Home Businesses Through Instagram: A Case Study from @KouignPastry

Shafna Agnieska Juzar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20528859&lokasi=lokal>

Abstrak

The rise of globalization and the growth of technology resulted in alteration in people's lifestyles. Many practices would be impacted by this situation, including conventional marketing being replaced by digital marketing. Digital marketing can be defined as marketing campaigns using various marketing strategies such as social media. Using social media as part of digital marketing is a very commonly used strategy because of its accessibility. With those reasons above, it can be concluded that social media marketing can help promote businesses. Instagram is considered as one of the most effective social media as a marketing platform. This advantage causes many businesses including online food businesses to use Instagram as their marketing strategy. This study uses a qualitative approach with the aim of finding out how the marketing strategies on Instagram are carried out by online food businesses by conducting interviews with online food business @KouignPastry using the Marketing Mix (7P) analysis method.

.....akan terpengaruh oleh situasi ini, termasuk pemasaran konvensional yang digantikan oleh pemasaran digital. Pemasaran digital dapat didefinisikan sebagai kampanye pemasaran yang menggunakan berbagai strategi pemasaran seperti media sosial. Menggunakan media sosial sebagai bagian dari pemasaran digital adalah strategi yang sangat umum digunakan karena aksesibilitasnya. Dengan alasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran media sosial dapat membantu mempromosikan bisnis. Instagram dianggap sebagai salah satu media sosial paling efektif sebagai platform pemasaran. Keunggulan ini menyebabkan banyak pebisnis termasuk pebisnis makanan online menggunakan Instagram sebagai strategi pemasarannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran di Instagram dilakukan oleh pelaku usaha makanan online dengan melakukan wawancara kepada dua pelaku usaha makanan online; @KouignPastry dengan menggunakan metode analisis Bauran Pemasaran (7P).