

ABSTRAK

ANNISA AZZAHRA 2017110054. Analisis Strategi Pemasaran Produk *Banquet* Di Hotel Luminor Kota Mangga Besar. Di bawah bimbingan Miswan, SE, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran pada produk *banquet* Hotel Luminor Kota Mangga Besar, khususnya bauran pemasaran (*Marketing Mix*) *4P'S* yang diterapkan perusahaan. Selain itu untuk mengetahui hasil analisa kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Opportunities*), peluang (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*) serta gambaran strateginya sehingga dapat diaplikasikan untuk memasarkan produk *banquet*. Analisis data yang digunakan yaitu Teknik penelitian SWOT, Matriks EFAS dan IFAS serta diagram cartesius. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu studi kasus yang menghasilkan data-data deskriptif yang dituangkan dalam kata-kata. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui wawancara dengan *Marketing Communication* yaitu Ibu Priscila Kartika dan dilengkapi dengan data-data jumlah target dan realisasi produk *Banquet* dari bulan September – Desember 2020.

Kesimpulan dari analisis SWOT yang dilakukan pada strategi pemasaran, Hotel Luminor Kota Mangga Besar memiliki kekuatan dan peluang yang besar, Hotel Luminor Kota Mangga Besar berada di posisi Kuadran I yaitu *Growth*, yang mana perusahaan dapat mengembangkan, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk *banquet* agar masyarakat terus percaya pada Hotel Luminor Kota Mangga Besar. Strategi yang digunakan oleh Hotel Luminor Kota Mangga Besar adalah strategi pemasaran konvensional dan pemasaran digital.

Kata kunci : *Banquet*, Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Analisis SWOT, Diagram Cartesius.