

Abstrak

Harninda Puspita Asri. 15416261201152. Peran Aplikasi Internet Untuk Pemasaran Kuliner (Studi Kasus Lavanda Brownies Karawang).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran aplikasi internet pada pemasaran produk di Lavanda Brownies Karawang. Penulis melakukan penelitian pada toko dalam bidang kuliner di Lavanda Brownies Karawang dan memulai penelitian bulan Desember 2018 sampai Maret 2019.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif yang meliputi penulisan deskriptif. Data dikumpulkan dalam bentuk kata-kata dan gambar selama penyelidikan. Informasi yang dikumpulkan sangat penting untuk penelitian yang sedang dilakukan.

Penulis mencari mengumpulkan data dari beberapa informan, yaitu pemilik Lavanda Brownies Karawang, konsumen Lavanda Brownies Karawang yang menggunakan sosial media, dan konsumen Lavanda Brownies Karawang yang tidak menggunakan media sosial.

Pada pengambilan data penulis mengumpulkan data yang bermacam-macam dan dilakukan secara berulang sampai datanya jenuh. Sesuai dengan karakteristik data yang diperlukan maka penulis mengambil teknis data observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian yang didapatkan adalah pemilik Lavanda Brownies Karawang menjalankan pemasaran dengan 2 strategi yaitu pemasaran konvensional dan pemasaran digital. Menurut pemilik Lavanda Brownies Karawang digital marketing adalah teknologi membuat para pelaku usaha lebih mudah memasarkan atau menjual produknya. Peran aplikasi internet untuk pemasaran kuliner pada Lavanda Brownies Karawang adalah sebagai alat yang digunakan untuk pertukaran informasi.

Kata

kunci:

Pemasaran,

digital

marketing



Abstract

Harninda Puspita Asri. 15416261201152. The Role of Internet Applications for Culinary Marketing (Case Study of Lavanda Brownies Karawang).

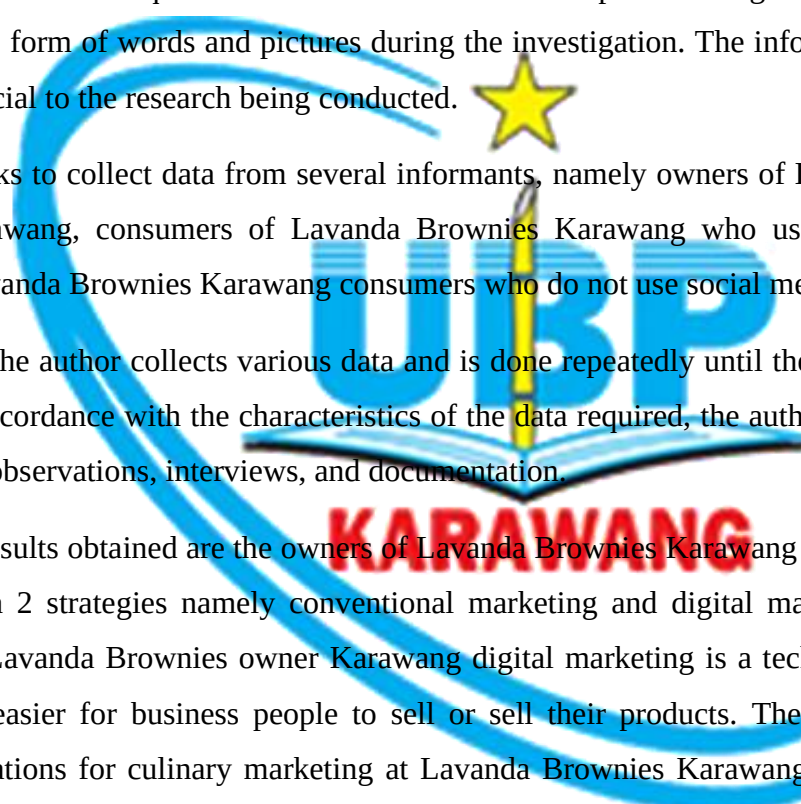
This study aims to determine the role of internet applications in product marketing in Lavanda Brownies Karawang. The author conducted a research on stores in the culinary field in Lavanda Brownies Karawang and began research in December 2018 until March 2019.

The research method is a qualitative one that includes descriptive writing. Data was collected in the form of words and pictures during the investigation. The information gathered is crucial to the research being conducted.

The author seeks to collect data from several informants, namely owners of Lavanda Brownies Karawang, consumers of Lavanda Brownies Karawang who use social media, and Lavanda Brownies Karawang consumers who do not use social media.

In taking data the author collects various data and is done repeatedly until the data is saturated. In accordance with the characteristics of the data required, the authors take technical data observations, interviews, and documentation.

The research results obtained are the owners of Lavanda Brownies Karawang running marketing with 2 strategies namely conventional marketing and digital marketing. According to Lavanda Brownies owner Karawang digital marketing is a technology that makes it easier for business people to sell or sell their products. The role of internet applications for culinary marketing at Lavanda Brownies Karawang is as a tool used for information exchange.



Keywords: marketing, digital marketing



