

Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran (7P) dari Merek Minuman Kekinian "Mixue" yang Bertumbuh Pesat di Indonesia = Analysis of the Implementation of Marketing Mix (7P) Strategy of the Fast-Growing Contemporary Beverage Brand "Mixue" in Indonesia

Veronica Nathasya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920525812&lokasi=lokal>

Abstrak

Pada beberapa tahun kebelakang, salah satu merek minuman kekinian yang mengalami perkembangan pesat di Indonesia adalah Mixue, sebuah merek asal Cina yang menjual es krim dan minuman. Penelitian ini menganalisis bagaimana strategi bauran pemasaran (7P) yang Mixue terapkan untuk dapat berkembang cepat di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mixue telah mengimplementasikan setiap elemen bauran pemasaran dengan cukup baik, namun Mixue tetap perlu memaksimalkan beberapa elemen. Temuan ini dapat menjadi wawasan yang berharga bagi pebisnis di industri makanan dan minuman, terutama mereka yang hendak memasuki pangsa pasar baru.

.....

One of the contemporary beverage brands that has seen remarkable growth in Indonesia over the last few years is Mixue, a Chinese brand that sells ice cream and drinks. This study analyzes how Mixue implements the marketing mix strategy (7Ps) to grow quickly in Indonesia. The findings showed that Mixue had done a good job of implementing each component of the marketing mix, but Mixue still needs to maximize several elements. These findings may provide insights for businesses in the food and beverage industry, particularly those looking to expand into new market.