

ABSTRAK

Tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk kebab di masa pandemi Covid-19 di kebab Turki Baba Rafi Surabaya. Strategi pemasaran yang dilakukan Kebab Turki Baba Rafi dimasa pandemi mulai dari melakukan promosi,diskon harga, dan berinovasi dengan membuat menu baru. Kesimpulan strategi pemasaran yang dilakukan Kebab Turki Baba Rafi di masa pandemi dengan menggunakan sosial media untuk dijadikan media promosi, meluncurkan varian menu baru, dan tetap menjaga kualitas rasa dan pelayanan.

Kata kunci : Pandemi Covid-19, Kebab,Strategi Pemasaran

ABSTRACT

The purpose of writing this Final Project is to find out the marketing strategy of kebab products during the Covid-19 pandemic at Baba Rafi's Turkish kebabs in Surabaya. The marketing strategy carried out by Kebab Turki Baba Rafi during the pandemic started from doing promotions, discounting prices, and innovating by creating new menus. The conclusion of the marketing strategy carried out by Kebab Turki Baba Rafi during the pandemic was using social media to be used as promotional media, launching new menu variants, and maintaining the quality of taste and service.

Keywords: Covid-19 Pandemic, Kebab, Marketing Strategy