ABSTRAK

Strategi bundling merupakan salah satu strategi pemasaran yang sudah berhasil diterapkan oleh beberapa perusahaan, salah satunya adalah produsen makan cepat saji. Hokben merupakan salah satu produsen makanan cepat saji yang dapat dikatakan berhasil menerapkan straegi ini .Dengan penerapan strategi ini diharapkan perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan sehingga mendapatkan keuntungan maksimal karena dapat menjual produk secarater pisah ataupun paket. Marketing mix adalah sejumlah variabel pemasaran yang terkontrol oleh perusahaan dan digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target pasar yang telah ditetapkan da nmemberikan kepuasan pada konsumen. Model linear marketing mix yang digunakan untuk menentukan kombinasi menu paket yang tepat adalah metodes impleks dengan variabel marketing mix seperti biaya produksi, promosi, waktu pembuatan dan biaya distribusi.

Dari hasil pengolahan data dan pembahasan hasil dapat ditarik kesimpulan untuk mendapatkan keuntungan maksimal sebaiknya Hokben lebih bervariatif dalam melakukan kombinasi terhadap menu paketnya. Berdasarkan perhitungan pendapatan dan metode simpleks berdasarkan pendapatan dan keuntungan tertinggi menu yang disarankan untuk di produksi adalah Hoka Hemat 1 dengan keuntungan Rp22.858.560, Hoka Hemat 3 dengan pendapatan Rp12.233.74, Hoka Suka 1 dengan pendapatan Rp28.213.579 dan Hoka Suka 2 dengan keuntungan sebesar Rp15.239.040.

Kata kunci :Strategi Bundling, Marketing Mix, MetodeSimpleks, kombinasi menu paket