

Abstraksi

Adriansyah Putra Pratama, Nomor Mahasiswa 152190059, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian Strategi Pemasaran *Coffee Shop* Dengan Metode QSPM (Studi Pada Greeya Coffee). Dosen Pembimbing Humam Santoso Utomo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi kuadran pada Greeya Coffee sebelum dilakukannya perumusan strategi alternatif, untuk menganalisis dan merumuskan strategi alternatif yang tepat bagi Greeya Coffee, untuk mengetahui urutan prioritas strategi alternatif bagi Greeya Coffee, dan untuk mengetahui strategi pemasaran yang relevan terhadap strategi alternatif di Greeya Coffee. Metode penelitian menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan melakukan wawancara yang terdiri dari empat (4) informan. Teknik analisis data yang digunakan dengan menggunakan perumusan strategi menurut David & David (2017) yang diintegrasikan menjadi tiga tahapan, yaitu tahap 1 (*input*): Matriks IFE dan EFE, tahap 2 (pencocokan): Matriks SWOT, dan tahap 3 (keputusan): Matriks QSPM. Objek penelitian ini berlokasi di Jalan Nangka III No.175, Pugeran, Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55281.

Hasil analisis matriks SWOT menunjukkan bahwa Greeya Coffee berada di kuadran I yang mendukung strategi agresif, sehingga pada posisi tersebut strategi yang cocok digunakan Greeya Coffee adalah strategi *Strength – Opportunity* (S-O). Prioritas strategi yang dihasilkan Greeya Coffee adalah memaksimalkan jual-beli pada *online food* dengan nilai TAS sebesar 6,231.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan saran kepada pengelola Greeya Coffee, yaitu dengan memaksimalkan jual-beli pada *online food* dan membuat produk *signature* pada Greeya Coffee dengan harga bersaing. Adapun agar strategi alternatif yang telah dibuat dapat terealisasikan, maka peneliti menyarankan untuk menerapkan strategi alternatif tersebut yang mengacu pada bauran pemasaran 7P.

Kata Kunci: Manajemen Strategi, Matriks IFE, Matriks EFE, SWOT, QSPM