

**PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)
PADA RESTORAN DEPOT JOGJA
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta
Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan Teknik**



Disusun Oleh :

**NUR ROCHMAH
005624014**

**JURUSAN PENDIDIKAN TEKNIK BOGA DAN BUSANA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2007**

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “ Pelaksanaan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada Restoran Depot Jogja di Yogyakarta ” ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 26 Juni 2007 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

| Nama | Jabatan | Tanda tangan | Tanggal |
|---------------------------------|---------------------------|---------------------|----------------|
| Sutriyati Purwanti, M.Si | Ketua Penguji | | |
| Kokom Komariah, M.Pd | Sekretaris Penguji | | |
| Mutiara Nugraheni, M.Si | Penguji Utama | | |

Yogyakarta, 26 Juni 2007
Fakultas Teknik
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan

Prof. Dr. H. Sugiyono
NIP. 130 693 811

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul “ Pelaksanaan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada Restoran Depot Jogja di Yogyakarta” telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.

Yogyakarta, 18 Juni 2007

Pembimbing

Sutriyati Purwanti, M.Si

NIP. 131 782 845

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau ditertibkan orang lain sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 18 Juni 2007

Yang menyatakan

(Nur Rochmah)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- ❖ *Sesungguhnya di samping kesulitan ada kemudahan, karena itu bila engkau telah selesai dari satu pekerjaan, kerjakanlah urusan lain dengan tekun dan hanya kepada Allah SWT sajalah hendaknya kamu mengharapkan pahala. (QS. Al Insyirah 6-8)*
- ❖ *Kerjakanlah apa yang bisa kau kerjakan dengan keikhlasan dan kesabaran, walaupun itu hanya menambah sedepa langkahmu. (Penulis)*

Kupersembahkan karya kecilku untuk :
Ayah, Ibu dan yang tercinta terima kasih untuk pengorbanan dan doa yang selalu mengiringi langkahku...

PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) PADA RESTORAN DEPOT JOGJA DI YOGYAKARTA

Oleh :
Nur Rochmah
005624014

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan bauran pemasaran dan tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasaran di restoran Depot Jogja.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Subyek penelitian adalah pemilik, manajer pemasaran dan konsumen Depot Jogja berjumlah 28 orang. Obyek penelitian adalah pelaksanaan bauran pemasaran restoran Depot Jogja. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket, observasi dan wawancara. Analisa data menggunakan analisis kualitatif dengan SWOT dan kuantitatif dengan teknik prosentase.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan bauran pemasaran aspek produk dari kualitas menggunakan pengukuran bahan dengan jumlah yang dikerjakan, jenis produk yang ditawarkan mulai dari *appetizer* sampai *dessert*, cita rasa produk didasarkan pada resep standar yang dipegang teguh oleh para koki, pemeliharaan peralatan dengan ketepatan penggunaan peralatannya, jaminan diberikan dengan kesediaan mengganti produk jika tidak sesuai dengan pesanan. Aspek harga dari biaya produksi akan diketahui cara penetapan harga dengan keuntungan yang di harapkan sebesar 25%, jumlah permintaan tidak mempengaruhi harga yang sudah berlaku, penetapan harga tidak mengubah harga diluar batas pesaing pelaku usaha sejenis, harga disesuaikan dengan biaya produksi. Dari aspek promosi dilihat dari masih kurangnya frekuensi promosi yang dilakukan, media promosi yang digunakan surat kabar harian sebulan sekali, radio dua bulan sekali dan menggunakan plakat, spanduk di sekitar lokasi restoran, sasaran utama promosi semua pengunjung Galeri mall. Sedangkan dari aspek distribusi dapat dilihat dari lokasi yang strategis karena berada di pusat mall, jangkauan distribusi makanan dengan makan dengan kondisi panas di tempat atau akan dibawa pulang, kecepatan dalam penyajian didukung kemampuan koki koki mengolah makanan dan kecepatan *waiter/ss* dalam mendistribusikan makanan kepada konsumen. Tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasaran restoran Depot Jogja berdasarkan skor rerata aspek produk 43,29 termasuk setuju/baik, skor rerata aspek harga 6,64 termasuk setuju/baik, skor rerata aspek promosi 2,75 termasuk setuju/baik dan skor rerata aspek distribusi 13,39 termasuk sangat setuju/sangat baik.

Kata kunci : Pelaksanaan, Bauran pemasaran, Restoran Depot Jogja

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pelaksanaan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada Restoran Depot Jogja di Yogyakarta** “ dengan lancar.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, penelitian dan penulisan skripsi ini tidak akan terwujud. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini diperkenankan penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. H. Sugiyono, M.Pd. Dekan Fakultas Teknik UNY yang telah memberikan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Kokom Komariah, M.Pd. Ketua Jurusan PTBB yang telah memberikan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Sutriyati Purwanti, M.Si. Dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Pihak restoran Depot Jogja yang telah membantu selama pelaksanaan penelitian.
5. Pihak-pihak yang telah membantu tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas amal kebaikan mereka yang telah memberikan bantuan kepada peneliti. Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan lebih lanjut.

Yogyakarta, Juni 2007

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iv |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| | |
| BAB I. PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 5 |
| B. Identifikasi Masalah | 5 |
| C. Batasan Masalah | 6 |
| D. Rumusan Masalah | 6 |
| E. Tujuan Penelitian | 6 |
| F. Manfaat Penelitian | 6 |
| | |
| BAB II. KAJIAN PUSTAKA..... | 8 |
| A. Deskripsi Teori..... | 8 |
| 1. Pemasaran..... | 8 |
| 2. Konsep Pemasaran..... | 11 |
| 3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) | 12 |
| a. Produk | 13 |
| b. Harga | 18 |
| c. Promosi | 21 |
| d. Distribusi | 23 |
| B. Kerangka Berpikir | 24 |
| C. Pertanyaan Penelitian | 27 |
| | |
| BAB III. METODE PENELITIAN..... | 28 |
| A. Pendekatan Penelitian..... | 28 |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 28 |
| C. Definisi Operasional..... | 29 |
| D. Subjek Penelitian..... | 30 |
| E. Objek Penelitian..... | 30 |
| F. Populasi dan Sampel..... | 30 |
| G. Teknik Pengumpulan Data..... | 31 |
| H. Instrumen Penelitian..... | 33 |
| I. Uji Validitas dan Reabilitas..... | 36 |
| J. Teknik Analisa Data..... | 38 |

| | |
|--|--------|
| BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 42 |
| A. Deskripsi Data | 42 |
| B. Hasil Penelitian..... | 42 |
| 1. Pelaksanaan Bauran Pemasaran Aspek Produk..... | 43 |
| a. Aspek Produk..... | 42 |
| b. Aspek Harga..... | 58 |
| c. Aspek Promosi..... | 61 |
| d. Aspek Distribusi..... | 63 |
| 2. Tanggapan Konsumen Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran restoran Depot Jogja..... | 66 |
| 3. Pelaksanaan Bauran Pemasaran Restoran Depot Jogja dari Analisis SWOT..... | 74 |
| 4. Alternatif Strategi Pelaksanaan Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>) Restoran Depot Jogja..... | 75 |
| BAB V. SIMPULAN DAN SARAN..... | 76 |
| A. Simpulan..... | 76 |
| B. Saran..... | 79 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen Pemilik Restoran Depot Jogja..... | 34 |
| Tabel 2. Kisi-kisi Instrumen Tanggapan Konsumen Restoran Depot Jogja..... | 35 |
| Tabel 3. Model Matrik SWOT..... | 41 |
| Tabel 4. Pelaksanaan Bauran Pemasaran Aspek Produk..... | 42 |
| Tabel 5. Standar Kualitas Hewani..... | 45 |
| Tabel 6. Jenis Bumbu Depot Jogja..... | 46 |
| Tabel 7. Variasi Menu..... | 48 |
| Tabel 8. Peralatan Penyajian..... | 54 |
| Tabel 9. Alat Persiapan Dapur..... | 55 |
| Tabel 10. Pelaksanaan Bauran Pemasaran Aspek Harga..... | 58 |
| Tabel 11. Modal Awal..... | 59 |
| Tabel 12. Pelaksanaan Bauran Pemasaran Aspek Promosi..... | 61 |
| Tabel 13. Pelaksanaan Bauran Pemasaran Aspek Distribusi..... | 63 |
| Tabel 14. Alur Penyajian Makanan..... | 65 |
| Tabel 15. Asal Konsumen Depot Jogja..... | 66 |
| Tabel 16. Jenis Kelamin..... | 67 |
| Tabel 17. Distribusi Frekuensi Skor Hasil Tanggapan Aspek Produk..... | 67 |
| Tabel 18. Distribusi Frekuensi Skor Hasil Tanggapan Aspek Harga..... | 69 |
| Tabel 19. Distribusi Frekuensi Skor Hasil Tanggapan Aspek Promosi..... | 70 |
| Tabel 20. Distribusi Frekuensi Skor Hasil Tanggapan Aspek Distribusi..... | 71 |
| Tabel 21. Analisis SWOT Pelaksanaan Bauran Pemasaran Depot Jogja..... | 70 |
| Tabel 22. Matrik SWOT Pelaksanaan Bauran Pemasaran..... | 74 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Skema Kerangka Berpikir..... | 26 |
| Gambar 2. Diagram Frekuensi Skor Hasil Tanggapan Aspek Produk..... | 68 |
| Gambar 3. Diagram Frekuensi Skor Hasil Tanggapan Aspek Harga..... | 69 |
| Gambar 4. Diagram Frekuensi Skor Hasil Tanggapan Aspek Promosi..... | 71 |
| Gambar 5. Diagram Frekuensi Skor Hasil Tanggapan Aspek Distribusi..... | 72 |

PERHITUNGAN PENYUSUNAN TABEL DISTRIBUSI FREKUENSI

Tanggapan Konsumen Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran Restoran Depot

Jogja

1. Menghitung jumlah kelas interval

$$\begin{aligned}K &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 28 = 1 + 4,752 \\ &= 5,752 \text{ dibulatkan menjadi } 6\end{aligned}$$

2. Menghitung rentang data

$$84 - 21 = 63$$

3. Menghitung panjang kelas

$$63 : 6 = 10,5 = 10$$

| Kelas Interval | Frekuensi Absolut | Frekuensi relatif (%) | Frekuensi komulatif | Frekuensi relatif komulatif (%) |
|-----------------------|--------------------------|------------------------------|----------------------------|--|
| 49-54 | 5 | 17,85 | 5 | 17,85 |
| 55-60 | 1 | 3,57 | 6 | 21,42 |
| 61-66 | 6 | 21,42 | 12 | 42,85 |
| 67-72 | 4 | 14,28 | 16 | 57,14 |
| 73-78 | 10 | 35,71 | 26 | 92,85 |
| 79-84 | 2 | 7,14 | 28 | 96,42 |
| Jumlah | 28 | 100 | | 100 |

PERHITUNGAN STATISTIK DESKRIPTIF

1. Tanggapan Konsumen terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran Restoran

Depot Jogja

$$\begin{aligned} \text{Me ideal} &= \frac{1}{2} (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah}) \\ &= \frac{1}{2}(79+49) \\ &= 64 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{S ideal} &= \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}) \\ &= \frac{1}{6} (79-49) \\ &= 5 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kategori sangat setuju} &= \text{Mi} + 1,5 \text{ Sdi} \\ &= 64 + 1,5 \cdot 5 \text{ ke atas} \\ &= 71,5 \text{ ke atas} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kategori setuju} &= \text{Mi s/d (Mi} + 1,5 \text{ Sdi)} \\ &= 64 \text{ s/d (64} + 1,5 \cdot 5) \\ &= 64 \text{ s/d } 71,5 \text{ keatas} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kategori tidak setuju} &= (\text{Mi} - 1,5 \text{ Sdi}) \text{ s/d } 64 \\ &= (64 - 1,5 \cdot 5) \text{ s/d } 64 \\ &= 56,5 \text{ s/d } 64 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kategori sangat tidak setuju} &= \text{Mi} - 1,5 \text{ Sdi ke bawah} \\ &= 64 - 1,5 \cdot 5 \text{ ke bawah} \\ &= 56,5 \text{ ke bawah} \end{aligned}$$

2. Tanggapan Konsumen Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran restoran Depot Jogja

$$\begin{aligned} \text{Aspek produk} &= \frac{\text{Mean}}{\text{Jumlah Item}} = \frac{47,46}{14} = 3,39 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Aspek harga} &= \frac{\text{Mean}}{\text{Jumlah Item}} = \frac{6,78}{2} = 3,3 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Aspek promosi} &= \frac{\text{Mean}}{\text{Jumlah Item}} = \frac{3,34}{1} = 3,3 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Aspek distribusi} &= \frac{\text{Mean}}{\text{Jumlah Item}} = \frac{13,56}{4} = 3,4 \end{aligned}$$

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

INSTRUMEN PENELITIAN

LAMPIRAN 2

DATA PENELITIAN

LAMPIRAN 3

SURAT IJIN PENELITIAN

LAMPIRAN 4
DOKUMENTASI

NASKAH UJIAN SKRIPSI

| | |
|-----------------------|--|
| Nama | : Nur Rochmah |
| NIM | : 005624014 |
| Judul | : Pelaksanaan Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) Pada Restoran Depot Jogja di Yogyakarta |
| Hari / Tanggal | : Selasa, 26 Juni 2007 |
| Jam | : 09.00 WIB |
| Tempat | : Ruang ujian lantai 3 |
| Ketua | : Sutriyati Purwanti, M.Si |
| Sekretaris | : Kokom Komariah, M.Pd |
| Penguji | : Mutiara Nugraheni, M.Si |

PERSYARATAN UJIAN

NAMA : NUR ROCHMAH

NIM : 005624014

JURUSAN : PTBB / TATA BOGA

**JUDUL : PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN
(*MARKETING MIX*) PADA RESTORAN DEPOT
JOGJA DI YOGYAKARTA**

HARI/TGL : SELASA, 26 JUNI 2007

PELAKSANAAN BAURAN

PEMASARAN

(MARKETING MIX) PADA
RESTORAN DEPOT JOGJA
DI YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

- 1. Konsep pemasaran**
- 2. Pemasaran sebagai alat pencapaian tujuan perusahaan.**
- 3. Faktor eksternal dan internal restoran Depot Jogja**
- 4. Faktor internal dalam aktivitas pemasaran Depot Jogja**

B. Identifikasi Masalah

- 1. Kondisi sistem produksi restoran Depot Jogja dalam menjual produk makanan.**
- 2. Pelaksanaan bauran pemasaran Depot Jogja menghadapi persaingan.**
- 3. Faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran.**

C. Batasan Masalah

- 1. Pelaksanaan bauran pemasaran pada restoran Depot Jogja**
- 2. Tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasaran Depot Jogja.**

D. Rumusan Masalah

- 1. Bagaimana pelaksanaan bauran pemasaran Depot Jogja yang meliputi aspek produk, harga, promosi dan distribusi.**
- 2. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasaran.**

E. Tujuan Penelitian

Mendeskripsikan pelaksanaan bauran pemasaran

F. Manfaat Penelitian

Perusahaan dan peneliti

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pemasaran

- 1. Merupakan suatu sistem kegiatan usaha**
- 2. Dapat memenuhi kebutuhan pembeli umum dan pembeli potensial**
- 3. Untuk merencanakan produk, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang/jasa.**

B. Bauran pemasaran

Adalah variabel-variabel pemasaran yang dapat dikontrol, yang akan dikombinasikan oleh perusahaan untuk memperoleh hasil yang maksimal.

C. Produk

Adalah produk yang dibutuhkan konsumen, sehingga perusahaan selalu mengadakan perbaikan disesuaikan keadaan pembeli.

D. Harga

Elemen penentu adalah harga bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya umum dan biaya penjualan.

E. Promosi

Semua kegiatan perusahaan untuk memperkenalkan produk untuk menarik konsumen.

F. Distribusi

Kegiatan untuk menyampaikan barang kepada konsumen.

G. Kerangka berpikir

Mendapatkan pelanggan merupakan tugas pemasaran namun akan lebih efektif jika seluruh bagian dapat menjalankan sistem pemasaran.

H. Pertanyaan penelitian

1. Bagaimana pelaksanaan bauran pemasaran di restoran Depot Jogja yang meliputi aspek produk, harga, promosi dan distribusi?
2. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasaran yang dilaksanakan di restoran Depot Jogja?

BAB III METODE PENELITIAN

A. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dengan satu variabel utama yaitu bauran pemasaran dan merupakan penelitian survey. Tempat penelitian restoran Depot Jogja.

B. Populasi dan sampel penelitian
Dengan cara Accidental sampling, menggunakan skala likert
Populasi : restoran Depot Jogja
Sanpel : 28 konsumen

C. Definisi istilah penelitian
1. Pemasaran

- 2. Perencanaan produk**
- 3. Penetapan harga**
- 4. Promosi**
- 5. Distribusi**

D. Teknik pengumpulan data

- 1. Observasi**
- 2. Wawancara**
- 3. Dokumentasi**
- 4. Angket**

E. Instrumen penelitian

F. Uji coba instrumen

- 1. Validitas : validitas konstruksi**
- 2. Reabilitas : alpa cronbach**
- 3. Analisis data : analisis teknik statistik deskriptif dengan skala likert dan analisa SWOT**

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- 1. Pelaksanaan bauran pemasaran restoran depot Jogja meliputi :**
 - a. Aspek produk sudah berjalan baik karena sudah sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan oleh pihak Depot Jogja.**
 - b. Aspek harga dapat bersaing dengan pelaku usaha yang sejenis.**
 - c. Aspek promosi sudah di jalankan sesuai dengan anggaran promosi dari perusahaan.**

d. Aspek distribusi sudah berjalan lancar sesuai dengan SDM yang dimiliki.

2. Tangapan konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasaran Depot Jogja.

Dari hasil perhitungan tanggapan konsumen secara keseluruhan termasuk pada kategori sangat setuju yaitu 57,14% hal tersebut dapat dilihat dari konsumen yang datang ke Depot Jogja.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

1. Bauran pemasaran restoran Depot Jogja dilihat dari unsur produk meliputi :

a. Kualitas

Kualitas bahan baku memiliki peranan penting untuk menentukan hasil produksi yang terjamin keamanannya.

b. Produk

Variasi produk yang dihasilkan Depot Jogja beraneka ragam mulai dari *Appetizer* sampai *Dessert*.

c. Citarasa

Cita rasa produk yang dihasilkan Depot Jogja disesuaikan dengan selera konsumen.

d. Pelayanan / penyajian

Depot Jogja mengutamakan kecepatan dalam pelayanan dan ketepatan dalam penyajian kepada konsumen.

e. Jaminan

Depot Jogja memberikan jaminan kepada konsumen jika terdapat ketidak sesuaian menu dan penyajian yang diinginkan.

2. Bauran pemasaran restoran Depot Jogja dari aspek harga

a. Biaya produksi

Harga yang dibuat oleh restoran Depot Jogja didapat dari biaya produksi ditambah biaya operasional ditambah prosentase laba yang diinginkan.

b. Jumlah permintaan

Banyaknya permintaan akan suatu produk oleh konsumen, Depot Jogja menetapkan standar harga.

c. Pesaing

Depot Jogja memberikan suatu kebijakan yaitu penetapan harga yang kompeten sesuai dengan iklim pasar yang sejenis.

d. Pilihan harga

Depot Jogja memberikan pilihan harga yang bervariasi.

3. Bauran pemasaran restoran Depot Jogja dilihat dari promosi

a. Frekuensi

Promosi yang dilakukan Depot Jogja sebulan sekali untuk surat kabar, setiap hari untuk plakat.

b. Media

Media yang digunakan untuk kegiatan promosi melalui surat kabar harian Kedaulaataan Rakyat, radio Petra FM dan neon box yang ditempel langsung didepan lokasi restoran.

c. Sasaran

Sasaran yang utama adalah semua pengunjung Galeria Mall, khususnya etnis Cina dan wisatawan asing yang kebetulan berkunjung di Galeria Mall.

4. Bauran pemasaran restoran Depot Jogja dari unsur distribusi

a. Lokasi

Lokasi yang diambil strategis dan nyaman karena berada di pusat keramaian yaitu di Galeria Mall.

b. Jangkauan

Jangkauan distribusi produk ditujukan kepada semua kalangan.

c. Peralatan

Kelengkapan peralatan di Depot Jogja sesuai dengan standar restoran. Dengan pemeliharaan yang baik sehingga kondisi peralatan higienis.

B. Saran

- 1. Untuk restoran Depot Jogja, perlunya peningkatan mutu dan kualitas makanan yang disajikan mengingat citra yang sudah dimiliki oleh Depot Jogja dikalangan agar lebih baik. pemasangan papan nama pada lokasi yang strategis akan mempermudah konsumen untuk mencari dan menemukan lokasi Depot Jogja dengan cara penunjukan kejelasan lokasi restoran Depot Jogja.**
- 2. Bagi mahasiswa Tataboga untuk membuka usaha yang sejenis diperlukan strategi yang baik agar pemasaran produk berjalan lancar sehingga industri yang dikelola dapat berkembang**
- 3. Bagi Institusi pendidikan perlu terus membina hubungan baik dengan industri**

khususnya yang bergerak dibidang jasa boga sehingga dapat menambah relasi.