

## ABSTRAK

Warung Lilo merupakan tempat makan berdiri pada tahun 2021 yang berada di Kota Payakumbuh , mempunyai dua cabang yaitu berada di Payakumbuh Barat dan Payakumbuh Utara . Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan strategi pemasaran pada Warung Lilo agar dapat meningkatkan keuntungan dan mencapai target penjualan.

Dalam merancang strategi pemasaran Warung Lilo menggunakan metode analisis SWOT dan Matriks QSPM . Untuk melakukan penelitian ini, diperlukan data internal dan eksternal. Metode analisis yang digunakan adalah *Internal Factor Evaluation Matrix* (IFE), *External Factor Evaluation Matrix* (EFE), *Internal-External Matrix* (IE), matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threat*) dan *Quantitative Strategic Planning* (QSPM) matriks.

Berdasarkan hasil analisis matrik SWOT strategi terbaik yaitu ; membuat promo yang menarik dan terjadwal untuk menarik minat pembeli strategi merupakan TAS tertinggi yaitu sebesar 6,403 ; bekerjasama dengan *influencer* dalam melakukan promosi, strategi ini memiliki nilai TAS 6,352 ; memanfaatkan teknologi yang ada untuk perencanaan marketing dengan strategi ini nilai TAS yaitu 6,289.

**Kata kunci : Strategi Pemasaran , SWOT, matrik QSPM**