

## ABSTRAK

Dengan perkembangan zaman yang dinamis, kopi bukan hanya minuman biasa yang sering dikonsumsi oleh kebanyakan orang tua untuk kebutuhan khasiatnya atau hanya kalangan tertentu yang biasanya hanya dinikmati di rumah, tapi sekarang menjadi tren dan bagian dari gaya hidup masyarakat dari kalangan anak muda sampai orang tua. Meningkatnya aktivitas masyarakat untuk mengonsumsi kopi terlihat dengan semakin banyak kedai kopi yang tersebar di berbagai daerah, saat ini kedai kopi bisa dikatakan sedang mengalami perubahan makna karena mengikuti zaman. Terutama di kota-kota besar yang padat dengan penduduknya setiap kedai kopi memperkenalkan setiap varian dan tipe kopi dari berbagai daerah asalnya. Perbedaan keunggulan dan kekurangan sebuah produk kopi menjadi sebuah pilihan bagi penikmat kopi atau calon konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.

Penelitian terhadap Coffee Kaula ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan data dengan observasi, wawancara dengan informan, dokumentasi dan triangulasi, selain itu teknik keabsahan data menggunakan triangulasi waktu. Subjek dalam penelitian ini adalah Coffee Kaula.

Berdasarkan hasil penelitian dianalisa oleh peneliti yang didapatkan bahwa kegiatan Coffee Kaula dalam bauran promosinya menggunakan 5 *tools* yaitu menggunakan *online marketing social media*, *sales promotion*, *event and experience*, *advertising* dan *personal selling*. Dengan kegiatan bauran promosi yang dilakukan oleh Coffee Kaula bertujuan untuk menarik konsumen.

Kata Kunci: Bauran Promosi, Promosi, Coffee Kaula