

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi komunikasi pemasaran dan penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada Kafe Griya Kupi Lhokseumawe dalam menghadapi persaingan bisnis kafe lokal. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Kafe Griya Kupi menerapkan strategi integrasi komunikasi personal dan digital, mengutamakan pelayanan langsung kepada konsumen, serta mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai promosi. Bauran pemasaran 4P (produk, harga, tempat, promosi) dijalankan secara terpadu, dengan '*place*' sebagai elemen paling menonjol yang mendukung kepuasan dan loyalitas pelanggan. Saran bagi Kafe Griya Kupi adalah mengembangkan inovasi digital, khususnya layanan pemesanan *online*, untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing.

Kata kunci: Strategi komunikasi pemasaran, auran pemasaran, Griya Kupi, media sosial, pemesanan *online*, loyalitas pelanggan.