

ABSTRAK

Studi saat ini mengkaji penerapan bauran pemasaran (7P) terhadap niat pembelian kembali pelanggan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki penerapan bauran pemasaran perekrutan (7P) sebagai strategi pemasaran yang mempengaruhi keunggulan kompetitif dan profitabilitas.

Penelitian ini menggunakan non purposive sampling dengan metode purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan di wilayah Yogyakarta dengan informan pengelola toko dan pelanggan yang diadministrasikan. Data yang digunakan dianalisis dengan cara reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Sunyi Coffee and Brewery, penerapan bauran pemasaran sudah berpengaruh positif terhadap niat beli ulang pelanggan. Selain itu, hal tersebut berdampak negatif terhadap profitabilitas Sunyi Coffee and Brewery dalam hal target penjualan.

Kata Kunci: *Marketing Mix, Customer Repurchase Intention, Marketing Strategy, Profitability*