

## **TINJAUAN BAURAN PEMASARAN 4P BRAND TORSTEIN PADA KONDISI PANDEMI COVID-19**

### **ABSTRAK**

Sejak tahun 2019 dunia diguncang dengan adanya virus baru yaitu Corona Virus. Kerugian akibat pandemi COVID-19 begitu dirasakan berbagai perusahaan dan di berbagai sektor industri, salah satunya adalah perusahaan yang bergerak di bidang fashion yaitu CV. Kibar Sandang yang mana perusahaan ini memiliki produk dengan nama Brand Torstein.

Tinjauan ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan bauran pemasaran 4P yang dilakukan oleh brand Torstein dengan menganalisis masalah yang terjadi. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan wawancara kepada pihak perusahaan dan konsumen Brand Torstein. Hasil penelitian ini menunjukkan bauran pemasaran 4P brand Torstein dimasa pandemic mengalami perubahan dengan pengaturan ulang bauran 4P seperti lebih banyak memanfaatkan pemasaran di media social atau marketplace. Terdapat perbedaan persepsi antara konsumen periodic dan konsumen massif dalam menentukan dimensi tertinggi dan terendah bauran pemasaran 4P brand Torstein dimasa pandemi.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran 4P, Brand Torstein.

# **OVERVIEW OF TORSTEIN 4P BRAND MARKETING MIX IN COVID-19 PANDEMIC CONDITIONS**

## ***ABSTRACT***

*Since 2019, the world has been rocked by a new virus, the Corona Virus. Losses due to the COVID-19 pandemic have been felt by various companies and various industrial sectors, one of which was a company engaged in the fashion sector, namely CV. Kibar Clothing whose brand name of its products was Torstein.*

*This review aimed to determine the implementation of the 4P marketing mix carried out by the Torstein brand by analyzing the problems that it had. The research method used in this study was a qualitative method, while the data collection technique used observation and interviews with the company and the consumer Brand Torstein.*

*The results of this research show that the Torstein brand's 4P marketing mix during the pandemic had significantly changed by rearranging the 4P mix as it focused it's marketing on social media or marketplaces, as a result, there were differences in perceptions between periodic consumers and massive consumers in determining the highest and lowest dimensions of the Torstein brand's 4P marketing mix during the pandemic.*

*Keywords: 4P marketing mix, torstein brand, customers*