

## **ABSTRAK**

Perkembangan dunia usaha saat ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan. Persaingan dibidang kuliner dengan merek-merek baru yang cukup menyita perhatian khalayak. Salah satunya adalah sebuah usaha sate taichan. Usaha kuliner yang lumayan dikenal dikalangan mahasiswa di Yogyakarta yaitu sate taichan kanee. Penelitian iini bertujuan untuk menganalisis komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh sate taichan kanee. Komunikasi pemasaran yang dilakukan adalah secara langsung dan tidak langsung. Konsep loyalitas konsumen dan konsep AISAS menjadi acuan apakah sate taichan kanee dapat mempertahankan konsumen yang loyal. Metode penelitian yang dilakukan adalah kualitatif dengan observasi, dokumentasi dan wawancara sebagai data primer serta studi pustaka berupa data dari buku dan literature sebagai data sekunder. Uji validitas yang dilakukan menggunakan teknik triangulasi, yaitu membandingkan dan mengecek ulang data yang didapat dari sumber. Hasil penelitian yang diperoleh menyimpulkan bahwa Sate Taichan Kanee mampu mempertahankan loyalitas konsumen dengan cara promosi secara langsung maupun tidak langsung dengan memberikan diskon. Sate Taichan Kanee juga Mempertahankan kualitas cita rasa dan kenyamanan pelayanan yang baik, cepat dan ramah.

*Kata kunci : Komunikasi Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*

## **ABSTRACT**

*The development of the business world today is characterized by sharper competition. Competition in the culinary field with new brands that are enough to capture the attention of audiences. One of them is a sate taichan business. Sate Taichan Kanee, One of the culinary business that familiar and well known among students in Yogyakarta. This research aims to analyze marketing communications conducted by sate taichan kanee. Marketing communication is done directly and indirectly. The concept of consumer loyalty and the concept of AISAS to be a reference whether sate taichan kanee can maintain loyal customers. The research method is qualitative with observation, documentation and interview as primary data and literature study in the form of data from books and literature as secondary data. Validity test conducted using triangulation technique, that is comparing and recheck the data obtained from the source of research results obtained concluded that Sate Taichan Kanee is able to maintain consumer loyalty by way of promotion directly or indirectly by giving discount. Sate Taichan Kanee also Maintains the quality of taste and comfort of good service, fast and friendly.*

*Keywords : Marketing Communication and Consumer Loyalty*