

## ABSTRAK

Persaingan dalam dunia usaha yang beraneka ragam membuat semakin sulit untuk menciptakan peluang. Warhole Store berinovasi dengan menjual *fashion* untuk kalangan *supporter* sepakbola khususnya di kota Yogyakarta sendiri. Loyalitas menjadi suatu bukti konsumen yang selalu menjadi pelanggan, yang memiliki kekuatan dan sikap positif atas perusahaan. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran Warhole Store “*Sneakers & Apparel*” dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara. Teori yang digunakan model komunikasi pemasaran umpan balik dan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Warhole Store telah melakukan semua kegiatan yang ada dalam aktivitas promosi. Warhole Store melakukan 5 macam komponen *promotion mix* yaitu, *public relations*, promosi penjualan, periklanan, *personal selling* dan *direct marketing*. Dari kelima kegiatan ini, Warhole Store lebih cenderung melakukan kegiatan promosi penjualan melalui media sosial yaitu dengan melakukan program diskon dan pemberian hadiah atau *reward* kepada pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dengan strategi produk, pelayanan serta harga. Dalam menghadapi keadaan pasar seperti sekarang ini, Warhole Store berani bergerak dinamis misalnya dengan mempertahankan dan terus memperbaharui kualitas fasilitas serta kualitas pelayanan, tetapi tetap dengan harga yang terjangkau, mutu yang terbaik dan terjamin keasliannya dibanding tempat belanja lain yang memiliki kualitas yang sama dengan Warhole Store

**Kata kunci :** Strategi Komunikasi Pemasaran, Loyalitas

## **ABSTRACT**

*Competition in the diverse business world makes it increasingly difficult to create opportunities. Warhole Store innovates by selling fashion for football supporters especially in the city of Yogyakarta itself. Loyalty is a proof of consumers who are always customers, who have the strength and positive attitude towards the company. The formulation of the problem in this study is how the marketing communication strategy of Warhole Store "Sneakers & Apparel" in maintaining consumer loyalty. This type of research is qualitative research with descriptive approach. The technique of collecting data uses interviews. The theory used is the feedback marketing communication model and SWOT analysis. The results of this study indicate that Warhole Store has carried out all activities that exist in promotional activities. Warhole Store performs 5 kinds of promotion mix components, namely, public relations, sales promotion, advertising, personal selling and direct marketing. Of these five activities, Warhole Store is more likely to carry out sales promotion activities through social media, namely by conducting discount programs and giving gifts or rewards to customers to increase customer loyalty. Strategies to maintain customer loyalty with product, service and price strategies. In the face of the current market conditions, Warhole Store is brave to move dynamically for example by maintaining and continuously updating the quality of facilities and service quality, but still at affordable prices, the best quality and guaranteed authenticity compared to other shopping places that have the same quality as Warhole Store*

**Keywords:** *Marketing Communication Strategy, Loyalty*