

ABSTRAK

Persaingan bisnis yang semakin ketat secara global, maka diharapkan perusahaan dalam bisnis kuliner seperti Restoran Hoka Hoka Bento melakukan terobosan-terobosan, yaitu melalui beberapa strategi komunikasi pemasaran secara tepat dalam menyampaikan informasi melalui beberapa strategi untuk menarik minat konsumen. Tujuan penelitian adalah strategi komunikasi pemasaran Restoran Hoka Hoka Bento dalam menarik minat konsumen di Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bukan saja menjabarkan (analitis), tetapi juga memadukan (sintesis). Didalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi. Teknik pengumpulan data terdiri dari hasil wawancara, observasi dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan Restoran Hoka Hoka Bento dalam menarik minat konsumen menggunakan strategi periklanan, penjualan langsung, promosi penjualan dan humas. Dalam penelitian ini strategi yang paling tepat atau paling mendukung dalam menarik minat konsumen adalah strategi promosi penjualan dalam event kegiatan masyarakat yang diselenggarakan oleh perusahaan tersebut. Disamping itu Restoran Hoka Hoka Bento ingin menjadi pemimpin dan penentu arah pada industri *Japanese style food provider* (penghasil makanan minuman bergaya Jepang), dengan kualitas produk yang terbaik, kualitas layanan yang terbaik, dan kualitas orang-orang yang terbaik.

ABSTRACT

A Business competition is increasingly fierce global basis, it's expected that company in the culinary business like restaurants do Hoka Hoka Bento breakthroughs, namely through multiple marketing communication strategies appropriately in conveying information through multiple strategies to attract consumers. The research objective is the marketing communication strategies Hoka Hoka Bento Restaurant in attracting consumers in Yogyakarta. The research method used in this research is descriptive method. Descriptive research is research that not only describes the (analytical), but also blends (synthesis). Inside there are efforts to describe, record, analyze and to interpretation conditions that now happens. The technique consists of collecting information from interviews, observations and the study. The studies showed that the strategies used Hoka Hoka Bento Restaurant in attracting consumers use advertising strategies, direct sales, sales promotion and public relations. In this study the most appropriate strategies or at least support in attracting consumers is a sales promotion strategies in a community event organized by the company. In addition, the restaurant Hoka Hoka Bento wanted to be a brand leader in the industry and determining the direction of Japanese Style Food Providers (Japanese-style food and beverage producers), with the best quality products, best service quality, and quality of the best people.