

ABSTRAK

Repurchase intention konsumen yang rendah disebabkan kurang efektifnya strategi promosi yang digunakan untuk menarik masyarakat menjadi pelanggannya. Beberapa usaha kuliner yang mengalami kerugian dan akhirnya tutup dapat terjadi karena strategi promosi yang kurang efektif. Oleh karena itu, strategi promosi menjadi penting untuk diperhatikan agar tingkat *repurchase intention* konsumen dapat meningkat. Strategi promosi yang digunakan terdiri atas iklan, penjualan langsung, promosi penjualan dan publisitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi yang terdiri dari iklan, penjualan langsung, promosi penjualan, dan publisitas dalam meningkatkan *repurchase intention* konsumen di Kedai Susu Moo. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang mendeskripsikan tentang strategi promosi yang digunakan Kedai Susu Moo dan *repurchase intention*. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dengan empat orang informan yang terdiri atas pemilik kedai dan tiga orang konsumen. Keabsahan data dianalisis dengan menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari keempat strategi promosi yang diterapkan, strategi yang paling berperan dalam meningkatkan *repurchase intention* yaitu promosi penjualan yang dilakukan dengan menggunakan kupon dan voucher.

Kata Kunci : Strategi Promosi, *Repurchase Intention*.

ABSTRACT

Repurchase intention low consumer due to lack of effective promotion strategies used to attract people into customers. Some culinary business suffered losses and eventually shut down can occur because less effective promotional strategies. Therefore, the promotion strategy is important to note that the level of repurchase intention of consumers can be increased. Promotional strategy used consisted of advertising, direct sales, sales promotion and publicity. This study aimed to analyze the exposure to the promotional strategy that consists of advertising, direct sales, sales promotion, and publicity in raising repurchase intention Moo Milk consumers in shops. This research is a qualitative descriptive study describes the strategies used promotional Moo Milk Coffee and repurchase intention. The technique of collecting data using interviews with four informants consisting of a tavern owner and three customers. Dianalsis data validity using triangulation. The results showed that of the four promotional strategies implemented, the strategy most instrumental in improving the repurchase intention, namely sales promotion conducted by using coupons and vouchers.

Keywords: Promotion Strategy, Repurchase Intention.