

## Abstrak

Penelitian strategi komunikasi pemasaran perusahaan pengecoran alumunium SP Alumunium di Yogyakarta Dalam Mempertahankan Konsumen. bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang digunakan perusahaan Dalam Mempertahankan Konsumen. Serta untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan loyalitas, Dalam mempertahankan konsumen. Teori pemasaran sosial dari baran dan davis yang menjadi landasan teori dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif diskriptif yang mengungkap hal-hal mengenai konsumen, serta aktifitas perusahaan berdasarkan pada strategi yang digunakan dalam mempertahankan konsumen. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi dan wawancara langsung terhadap narasumber, hal ini membantu penulis untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran perusahaan SP Alumunium Yogyakarta dalam mempertahankan konsumen. Hasil penelitian ini mengidentifikasi strategi yang selama ini dijalankan oleh perusahaan SP Alumunium Yogyakarta dalam mempertahankan konsumen serta hambatan yang selama ini dihadapi oleh perusahaan SP Alumunium Yogyakarta dalam mempertahankan konsumen, *strategi promotional mix* dan peningkatan kualitas serta mutu produk. Dan adapun factor penghambat yaitu tidak stabilnya bahan baku yang sering naik. strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan SP Alumunium Yogyakarta dalam mempertahankan konsumen. Serta faktor pendukung dan penghambatan untuk meningkatkan promosi perusahaan dan mempertahankan konsumen. Terdiri dari berbagai bauran promotional mix dan peningkatan kualitas serta mutu produk dapat membantu menjalankan tujuan perusahaan dalam mempertahankan konsumen.

Kata kunci: Strategi komunikasi pemasaran, dan mempertahankan konsumen.

## ABSTRACT

Marketing communications strategy research firm SP Aluminum aluminum foundry in Yogyakarta In Maintaining Consumers . aims to find out what strategies are used in Maintaining Consumer companies . As well as to determine the enabling and inhibiting factors in increasing loyalty , in retaining customers . Theory of social marketing barrage and davis on which the theory in this study . This research was carried out by using descriptive qualitative research method that reveal things about the consumer , as well as the activities of the company based on the strategies used in maintaining consumer . Sources of data in this study were obtained from the primary data source and secondary data source . Data collection techniques in this study was done by observation and interviews directly to the speakers , it helps the author to analyze the company's marketing communications strategy SP Aluminum Yogyakarta in maintaining consumer . The results of this study found the strategies and activities that have been carried out by the company SP Aluminum Yogyakarta in maintaining consumer and obstacles that have been faced by companies in maintaining SP Aluminum Yogyakarta consumer , promotional mix strategies and improving the quality and the quality of the product is a marketing communication strategy executed SP aluminum Yogyakarta in defending consumers . As well as supporting factors and barriers to improving and maintaining consumer marketing companies . Which consists of a mix of various promotional mix and improving the quality and the quality of products can help run the company's objectives in retaining customers .

Keywords : marketing communication strategy , quality improvement and quality of products and retain customers .