

Bliss Pool and Lounge adalah salah satu pendatang baru di dalam bidang usaha yang menyediakan jasa fasilitas olahraga biliar di Yogyakarta. Hal menarik dari Bliss Pool and Lounge adalah tidak membutuhkan waktu lama untuk bisa banyak menarik pengunjung untuk datang kesana, hal tersebut melatar belakangi ide awal penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Bliss Pool and Lounge untuk menarik dan mempertahankan loyalitas pelanggannya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teori yang digunakan adalah teori perolehan pemenuhan. Hasil penelitian dari penelitian yang dilakukan Bliss Pool and Lounge adalah strategi pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran yang didalamnya terdapat bauran promosi serta pemasaran word of mouth. Bauran promosi terdiri dari periklanan dengan menggunakan media cetak luar ruangan seperti poster, pamflet, rifler, dan x-banner, hubungan masyarakat dengan menjalin hubungan baik dengan konsumen serta mengadakan event turnamen biliar, promosi penjualan dalam bentuk membership Bliss, paket happy hour, serta direct marketing menggunakan Blackberry Broadcast Messenger dan facebook. Pemasaran word of mouth menitik beratkan pada anggota Bliss Pool Club dalam melakukan promosi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pemasaran dengan menggunakan word of mouth merupakan komunikasi pemasaran yang paling efektif untuk menunjang tujuan dari penelitian ini.