

ABSTRAK

MARWAH, NPM : 202317 Judul “**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA SONIC CHICKEN NAGARA**” dibawah bimbingan Ibu NURUL HASANAH ,S.Pd., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) strategi komunikasi pemasaran digital yang digunakan oleh Sonic Chicken Nagara melalui *platform* digital dalam mempromosikan produknya; (2) faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Sonic Chicken Nagara.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif, informan penelitian terdiri dari 8 orang yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sedangkan uji kredibilitas data dilakukan dengan teknik triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan Sonic Chicken Nagara dilakukan melalui media sosial Instagram, WhatApps, dan TikTok dengan menerapkan konsep AIDA (*Awareness, Interest, Desire, Action*). Pada tahap *awareness*, media sosial digunakan untuk memperkenalkan produk dan promosi kepada konsumen. Pada tahap *interest*, konten berupa foto, video pendek dan promosi menarik mampu meningkatkan keterkaitan konsumen. Pada tahap *desire*, promo harga dan tampilan produk yang menarik mendorong keinginan konsumen untuk membeli. Pada tahap *action*, promosi digital terbukti mampu mendorong konsumen melakukan pembelian;(2) faktor-faktor yang mempengaruhi seperti loyalitas pelanggan, kualitas produk dan kualitas pelayanan promosi yang menarik, kepuasan pelanggan, dan penggunaan media sosial yang efektif. Faktor-faktor tersebut mendorong terjadinya pembelian ulang, rekomendasi kepada orang lain, serta hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Kata kunci: strategi komunikasi pemasaran digital, loyalitas pelanggan, media sosial, AIDA

ABSTRACT

MARWAH, Student ID: 202317. The title ***“DIGITAL MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN AN EFFORT TO INCREASE CUSTOMER LOYALTY AT SONIC CHICKEN NAGARA”*** under the supervision of Mrs. NURUL HASANAH, S.Pd., MM.,

This study aims to determine: (1) the digital marketing communication strategies used by Sonic Chicken Nagara through digital platforms in promoting its products; and (2) the factors influencing customer loyalty at Sonic Chicken Nagara.

This research employed a qualitative approach with a descriptive research type. The research informants consisted of one supervisor, two employees, and five customers selected using a purposive sampling technique. Data were collected through interviews, observations, and documentation. The data analysis techniques included data reduction, data presentation, and conclusion drawing, while data credibility was tested using triangulation techniques.

The results of the study indicate that: (1) the digital marketing communication strategy implemented by Sonic Chicken Nagara is carried out through social media platforms such as Instagram, WhatsApp, and TikTok by applying the AIDA concept (Awareness, Interest, Desire, and Action). At the awareness stage, social media is used to introduce products and promotions to consumers. At the interest stage, content in the form of photos, short videos, and attractive promotions is able to increase consumer interest. At the desire stage, promotional prices and attractive product displays encourage consumers' desire to make purchases. At the action stage, digital promotions have proven effective in encouraging consumers to make purchasing decisions; (2) the factors influencing customer loyalty include product quality, service quality, attractive promotions, customer satisfaction, and the effective use of social media. These factors encourage repeat purchases, recommendations to others, and long-term relationships with customers.

Keywords: *digital marketing communication strategy, customer loyalty, social media, AIDA.*