

ABSTRAK

Lotte Grosir Kelapa Gading adalah pasar modern yang berfokus pada target pasar bukan hanya untuk perorangan melainkan juga ditujukan untuk pedagang dan untuk kegiatan usaha. Perusahaan ritel yang berasal dari Korea Selatan, merupakan bagian dari LOTTE GROUP, perusahaan Korea pertama yang melakukan penetrasi pasar dalam industri wholesale dan ritel di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran serta kendala yang di hadapi Lotte Grosir Kelapa Gading dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Lotte Grosir Kelapa Gading melakukan beberapa strategi tradisional hingga modern untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Strategi tradisional yang dipakai yaitu dengan menjalankan program member card, menawarkan berbagai macam promo, memberikan harga yang lebih murah dari retail lain, kelengkapan serta banyaknya stock produk yang disediakan, layanan antar gratis, serta kenyamanan fasilitas yang diberikan. Sedangkan strategi modern yang digunakan yaitu, menghadirkan sales executive, menggunakan aplikasi media personal Whatsapp, menjalankan program Vandish, dan menggunakan media digital website. Adapula kendala yang dihadapi oleh Lotte Grosir kelapa Gading baik dari internal maupun eksternal. Kendala internal yang dihadapi yaitu, ketersediaan barang, kondisi barang yang rusak, miskomunikasi antar sales, pembatasan pembelian, hingga fasilitas pelayanan yang diberikan. Selanjutnya kendala eksternal yang dihadapi yaitu ketersediaan kendaraan untuk pelayanan antar gratis, dan kondisi lapangan yang tidak menentu.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Loyalitas Pelanggan, Kendala yang Dihadapi