

ABSTRAK

Setelah pandemi COVID-19 bisnis di industri perhotelan yang sebelumnya mengalami penurunan, kini mulai kembali pulih. Hal ini ditunjukkan dari hasil peningkatan hunian kamar hotel sebesar 47,35 persen pada tahun 2022 oleh Bps.go.id. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi pemasaran Artotel Group dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi pemasaran terpadu yang diterapkan Artotel Group dalam mengkomunikasikan produk atau jasanya. Strategi komunikasi pemasaran Artotel Group dirancang oleh tim marcomm. Salah satu tujuan dalam penerapan strategi komunikasi adalah menciptakan loyalitas pelanggan, sehingga diperlukan strategi yang efektif dalam penyampaian pesan pemasaran. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan desain penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data melalui tiga alur kegiatan, yaitu kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Subjek dalam penelitian ini ditentukan melalui teknik purposive sampling. Hasil penelitian mengenai analisis strategi komunikasi pemasaran Artotel Group dalam menciptakan loyalitas pelanggan telah menggunakan berbagai elemen komunikasi, yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, penjualan personal dan penjualan langsung. Kelima elemen ini termasuk dalam strategi IMC dan cukup efektif dalam menciptakan loyalitas pelanggan karena dapat diukur dan menunjukkan perkembangan yang positif.

Kata Kunci : strategi komunikasi; bauran promosi; Artotel Group; loyalitas pelanggan.