

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran dalam dunia bisnis memiliki peranan yang sangat penting untuk dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Komunikasi pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang memungkinkan perusahaan untuk menjangkau pelanggan potensial di berbagai segmen dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi tertentu untuk dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Keberhasilan ini ditentukan pada pesan yang efektif dan daya tarik pesan yang kredibilitas dalam penyampaian pesan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi marketing communication toko buku Togamas dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pelaksanaan strategi markom menurut Menurut Kotler dan Amstrong (2001: 600). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa toko buku Togamas melakukan kegiatan komunikasi pemasaran dengan selalu memberikan update informasi terbaru kepada publik atau pelanggan dengan menggunakan media sosial, website resmi, *whatsapp* dan *e-commerce* seperti shopee dan tokopedia. Serta dalam hal periklanan Toko Buku Togamas juga membagikan brosur pada saat tahun ajaran baru. Kemudian dalam pelaksanaannya, toko buku Togamas melakukan semua aktivitas strategi *marketing communication* menurut teori yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Bauran Komunikasi Pemasaran, Teori Komunikasi Pemasaran, Loyalitas, Loyalitas Konsumen