

ABSTRAK

Bisnis Kuliner merupakan salah satu bisnis yang berkembang di Yogyakarta pada saat ini, dengan strategi *Brand Loyalty* diharapkan perusahaan dapat mempertahankan customer ditengah persaingan bisnis kuliner. Selain itu perusahaan harus berevolusi mengikuti gaya hidup konsumen yang berubah.

Tujuan penelitian ini adalah Mengidentifikasi strategi *brand loyalty* yang dilakukan oleh Calzone Express agar konsumen tetap loyal pada Calzone Express dalam menghadapi persaingan bisnis kuliner *pizza lipat* di Yogyakarta pada tahun 2017. Penelitian ini diperoleh melalui wawancara kepada pihak Calzone Express.

Strategi *brand loyalty* yang diterapkan oleh Calzone Express Yogyakarta dalam menghadapi persaingan bisnis *pizza lipat* di Yogyakarta periode 2017 yaitu melalui periklanan, penjualan tatap muka, publisitas, promosi penjualan, pasar konsumen dan penjualannya. Kemudian ketika customer membeli produk dari perusahaan, maka customer tersebut akan bergerak melalui lima langkah siklus pembelian yaitu langkah pertama yaitu kesadaran, langkah kedua yaitu pembelian awal, langkah ketiga yaitu evaluasi pasca-pembelian, langkah keempat yaitu keputusan membeli dan langkah kelima adalah pembelian kembali.

Kata Kunci: *Brand Loyalty*, Kuliner, *Pizza Lipat*

ABSTRACT

Culinary Business is one of the growing business in Yogyakarta at this time, with Brand Loyalty strategy is expected to maintain the company's customers amidst the culinary business competition. In addition the company must evolve following the changing lifestyles of consumers.

The purpose of this research is to identify brand loyalty strategy conducted by Calzone Express in order to keep loyal customers at Calzone Express in facing the competition of folding pizza culinary business in Yogyakarta in 2017. This research was obtained through interview to Calzone Express.

The brand loyalty strategy applied by Calzone Express Yogyakarta in facing the folding pizza business competition in Yogyakarta period 2017 is through advertising, face-to-face sales, publicity, sales promotion, consumer market and sales. Then when the customer purchases the product from the company, then the customer will move through the five steps of the purchase cycle is the first step of awareness, the second step is the initial purchase, the third step is post-purchase evaluation, the fourth step is the decision to buy and the fifth step is the buy back.

Keywords: Brand Loyalty, Culinary, Folding Pizza