

ABSTRAK

Perkembangan zaman telah mengubah pandangan bisnis dari fokus pada penjualan menjadi fokus pada kepuasan pelanggan. Perusahaan yang sukses sekarang lebih berorientasi pada membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan daripada sekadar mencari transaksi satu kali. Dari tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang tepat untuk pemasaran Moonlight coffee dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

Jenis paradigma yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah paradigma konstruktivis, dalam penelitian ini peneliti mengambil hasil wawancara dari 3 informan kunci dan 2 informan pendukung. Dengan menggunakan Matriks SWOT yang merupakan sebuah alat analisis yang digunakan untuk mengetahui strategi perusahaan yang sedang dilakukan dan juga dapat digunakan untuk menghasilkan strategi-strategi alternatif bagi perusahaan. Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan dengan informan, maka analisis faktor internal dan faktor eksternal Metode SWOT pada *Moonlight Coffee* Yogyakarta dapat dilakukan untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Strategi, SWOT dan Loyalitas.