

## Abstrak

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang penting dalam keberhasilan sebuah perusahaan. Strategi komunikasi pemasaran yang tepat merupakan hal yang penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu atau *integrated marketing communication* yang dilakukan oleh Indihome Bekasi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pelaksanaan program High Value Customer (HVC). Dalam penelitian ini menggunakan paradigma post positivism dengan pendekatan kualitatif deskriptif serta menggunakan teknik pengumpulan data yaitu, wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Peneliti melakukan wawancara dengan *Manager customer care* dan *asisten manager customer care* Indihome Bekasi disertai dengan 2 anggota program High Value Customer dan 1 informan ahli untuk melengkapi data.

Peneliti menarik kesimpulan bahwa Indihome Bekasi melalui Program High Value Customer(HVC) sudah dapat meningkatkan loyalitas konsumen dengan strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dijalankan yaitu *advertising, sales promotion, event and experience, direct marketing, WOOM, personal seling, public relation, dan Interactive marketing.*

**Kata Kunci** :loyalitas pelanggan, High Value Customer, Indihome, Strategi komunikasi pemasaran.