

ABSTRAK

Le Meridien Hotel Jakarta merupakan salah satu hotel bintang 5 di Jakarta pusat yang memiliki tingkat occupancy tinggi. Lokasinya yang strategis, transportasi yang mudah dijangkau untuk menuju ke hotel tersebut serta dekat dengan perkantoran menarik tamu dan pebisnis untuk menghabiskan waktu menginap ataupun bersantap di restaurant di dalamnya. Salah satu restaurant yang sangat menarik adalah No Na Ma yang merupakan restaurant khas Jepang dengan rasa dan interior yang otentik. Konsumen yang berkunjung ke No Na Ma Restaurant pada umumnya merupakan *repeater guest*. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai karakteristik dan loyalitas konsumen untuk mengukur apakah terdapat hubungan antara karakteristik dan loyalitas. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan analisis data dengan menggunakan deskriptif statistik, tabulasi silang dan chi square. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah mengunjungi No Na Ma Restaurant. Analisis dilakukan terhadap variabel karakteristik demografis konsumen dan variabel loyalitas yaitu loyalitas kognitif, loyalitas afektif, dan loyalitas konatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel karakteristik demografis berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di No Na Ma Restaurant. Penelitian ini memberikan implikasi bagi pengelola No Na Ma Restaurant untuk dapat melakukan segmentasi pasar berdasarkan karakteristik konsumen seperti usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan. Dengan demikian, strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dapat dirancang untuk setiap segmen.

Kata kunci : Karakteristik, loyalitas, pemasaran, No Na Ma Restaurant.