

ABSTRAK

Industri kuliner terus mengalami pertumbuhan seiring dengan pemulihan pasca COVID-19. Berdasarkan data dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia, sektor ini mengalami peningkatan sebesar 2,54% pada tahun 2020 hingga 2021. Industri kuliner di Bandung juga menunjukkan tren positif dengan kenaikan sebesar 3,68% pada tahun 2023, menurut catatan Kementerian Perindustrian. Perkembangan ini didorong oleh pertumbuhan restoran, tren kuliner baru, dan perubahan preferensi konsumen. Salah satu UMKM kuliner di Bandung yang turut mengalami perubahan dan perkembangan ini adalah Mr. Mangkok. Untuk mempertahankan pelanggan, diperlukan strategi promosi yang efektif, seperti *loyalty card*. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas *loyalty card* digital melalui aplikasi *WhatsApp* dan *WinStamp*.

Metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan penelitian yang dilakukan pada penelitian ini berupa pendekatan deskriptif kualitatif, karena dimulai dari data empiris yang ada, bukan dari teori, serta tidak bertujuan untuk menguji teori. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi *WinStamp* lebih praktis dibandingkan dengan kartu fisik dan program *loyalty card* digital melalui aplikasi *WhatsApp* dan *WinStamp* memberikan kemudahan yang signifikan dalam mengelola dan memanfaatkan stempel loyalitas.

Kata Kunci: *Loyalty Card, WhatsApp, WinStamp*