



ABSTRACT

The culinary industry continues to grow rapidly and is one of the attractions of tourist visits. Culinary has become a special part of a tourist trip. Especially in Yogyakarta, which has developed a variety of culinary ranging from traditional foods to western foods such as pizza from Italy. The growth of the thin-skinned Italian pizza restaurant in Yogyakarta was started by Nanamia Pizzeria, which was followed by the emergence of several other Italian pizza restaurants as competitors.

Promotion is a way to maintain the existence of Nanamia Pizzeria Tirtodipuran and attract visitors. Promotions by Nanamia Pizzeria Tirtodipuran include advertising, sales promotion, publicity and public relations, personal sales and direct marketing. The quality of products and services contributes to the success of Nanamia Pizzeria Tirtodipuran in attracting visitors and increasing sales. The most popular promotional media preferences chosen by visitors are personal sales and direct marketing.

Keywords: culinary, promotion, Nanamia Pizzeria Tirtodipuran, pizza, visitors



INTISARI

Industri kuliner terus berkembang pesat dan menjadi salah satu daya tarik kunjungan wisatawan. Kuliner telah menjadi bagian khusus dalam perjalanan wisata kesuatu tempat. Khususnya di Yogyakarta, yang telah berkembang ragam kulinernya mulai dari makanan tradisional hingga makanan *western* seperti pizza yang berasal dari Italia. Pertumbuhan restoran pizza Italia berkulit tipis di Yogyakarta dimulai oleh Nanamia Pizzeria Tirtodipuran, yang diikuti dengan kemunculan beberapa restoran pizza Italia lain sebagai pesaing.

Promosi merupakan cara untuk mempertahankan eksistensi Nanamia Pizzeria Tirtodipuran serta menarik pengunjung. Usaha promosi yang dilakukan oleh Nanamia Pizzeria Tirtodipuran antara lain adalah periklanan, promosi penjualan, publisitas dan *public relation*, penjualan personal dan pemasaran langsung. Kualitas produk dan pelayanan turut andil dalam suksesnya Nanamia Pizzeria Tirtodipuran dalam menarik pengunjung dan meningkatkan omzet penjualan setiap tahunnya. Preferensi media promosi yang paling banyak dipilih oleh pengunjung adalah penjualan personal serta pemasaran langsung.

Kata kunci: kuliner, promosi, Nanamia Pizzeria Tirtodipuran, pizza, pengunjung