

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi *Word Of Mouth Marketing* Di Era Digital: *Customer Review on Social Media Story* Dalam Peningkatan Penjualan (Study Kasus di Waroeng Radja dan Warkop Kamandanu)” ini ditulis oleh Raja ‘Alimul Ghoib Dzikrulloh, NIM. 12405193242, dengan pembimbing Rizal Furqan Ramadhan, S.Kom., M.T.

Pengembangan usaha mutlak untuk dilakukan mengingat semakin berkembangnya zaman dan pesaing. Peningkatan penjualan merupakan salah satu tanda bahwa sebuah usaha berkembang. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu Untuk mengetahui cara implementasi dan upaya mengatasi implementasi *Word of mouth Marketing: Customer Review on Social Media Story* (Instagram, Whatsapp, Facebook) dapat meningkatkan penjualan di Waroeng Radja dan Warkop Kamandanu.

Peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif studi kasus yaitu penelitian untuk menafsirkan fenomena secara mendalam yang terjadi pada kasus tertentu yang terikat dengan latar untuk mendapat jawaban dari subjek penelitian. Teknik pengambilan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi lapangan. Informan penelitian ini adalah pemilik, konsumen loyal, dan konsumen yang mereview di *social media story* pribadi dari Warkop Kamandanu dan Waroeng Radja.

Hasil penelitian ini adalah: (1) implementasi *Word of mouth Marketing: Customer Review on Social Media Story* (Instagram, Whatsapp, Facebook) dapat meningkatkan penjualan di Waroeng Radja dan Warkop Kamandanu yaitu: Warkop kamandanu dan Waroeng Radja menaikkan penjualan menggunakan *Word of mouth marketing* alami (getok tular) dan relationship marketing untuk mendapat citra baik dan kenyamanan konsumen guna mendapat review di *social media story* pribadi konsumen dengan faktor utama yaitu kepuasan pelanggan. (2) Upaya Waroeng Radja dan Warkop Kamandanu dalam mengatasi kendala pengimplementasian *Word of mouth Marketing: Customer Review on Social Media Story* yaitu Kendala yang timbul adalah penerapan *word of mouth marketing* alami menggunakan sosial media sulit untuk dikontrol karena tidak semua pelanggan memiliki inisiatif untuk mereview di *social media story* mereka. Upaya yang dilakukan adalah dengan meningkatkan mutu pelayanan dan fasilitas untuk memperbesar kemungkinan tersebut.

Kata kunci: Review Konsumen, Sosial Media Story, Tingkat Penjualan, *Word of Mouth Marketing*

ABSTRACT

The thesis with the title "Implementation of Word of Mouth Marketing in the Digital Era: Customer Review on Social Media Story in Increasing Sales (Case Study at Waroeng Radja and Warkop Kamandanu)" was written by Raja 'Alimul Ghoib Dzikrulloh, NIM. 12405193242, with supervisor Rizal Furqan Ramadhan, S.Kom., M.T.

Business development is essential considering the increasing development of the times and competitors. Increasing sales is a sign that a business is growing. This research aims to find out how to implement and overcome the implementation of Word of Mouth Marketing: Customer Reviews on Social Media Stories (Instagram, WhatsApp, Facebook) to increase sales at Waroeng Radja and Warkop Kamandanu.

Researchers use a case study qualitative research approach to interpret phenomena in depth that occur in certain cases tied to the setting to obtain answers from the research subjects. Data collection techniques use interviews, observation, and documentation in the field. The informants for this research are owners, loyal consumers, and consumers who review personal stories on social media from Warkop Kamandanu and Waroeng Radja.

The results of this research are: (1) the implementation of Word of Mouth Marketing: Customer Reviews on Social Media Stories (Instagram, WhatsApp, Facebook) can increase sales at Waroeng Radja and Warkop Kamandanu, namely: Warkop Kamandanu and Waroeng Radja increase sales using Word of Mouth Marketing natural (contagious contact) and relationship marketing to get a good image and consumer comfort to get reviews on consumers' personal social media stories with the main factor being customer satisfaction. (2) Waroeng Radja and Warkop Kamandanu's efforts to overcome obstacles in implementing Word of Mouth Marketing: Customer Review on Social Media Story, namely the obstacle that arises is that the implementation of natural word of mouth marketing using social media is difficult to control because not all customers have the initiative to review on their social media stories. Efforts are being made to improve the quality of services and facilities to increase this possibility.

Keywords: Consumer Reviews, Sales Level, Social Media Story, Word of Mouth Marketing