

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Strategi Word Of Mouth Sebagai Komunikasi Pemasaran (Studi Deskriptif Harbour Coffee)

Kedive Ramadhan

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77105&lokasi=lokal>

Abstrak

Komunikasi pemasaran adalah aspek yang sangat penting dalam sebuah pemasaran agar konsumen merespon dan memahami sebuah produk dari hasil interaksi yang dibangun. Munculnya teknologi internet mengubah cara manusia dalam berkomunikasi, yang bersifat tradisional berubah dengan terintegrasi dunia digital. Dunia digital membuat sebaran berita negative dan hoax tidak terbendung. Dengan adanya situasi tersebut membuat konsumen cenderung berhati-hati dalam memilih produk hal tersebut membuat konsumen lebih memilih perusahaan yang sudah dikenali atau direkomendasikan oleh banyak orang karena memiliki reputasi yang baik.

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif yang menggambarkan suatu keadaan. Lokasi pada penelitian ini adalah Harbour Coffee. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi non partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan reduksi data, penyajian data kemudian penarikan kesimpulan.

Hasil pada penelitian element Talkers merupakan peran yang paling penting dalam berjalannya word of mouth. Harbour Coffee memperlihatkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Harbour Coffee menggunakan word of mouth tradisional dengan jenis organic word of mouth, dengan memberikan pelayanan dan produk yang terbaik serta berkualitas kepada konsumen.