

**PENERAPAN *WORD OF MOUTH* SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI
DALAM MENINGKATKAN LABA DI BAKPIA SONG JIE TOKO BUMI
JAWA (STUDI KASUS PADA BAKPIA SONG JIE TOKO BUMI JAWA)**

Aldo Willyanto

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui penerapan *Word of mouth* sebagai alat komunikasi pemasaran pada Bakpia Song Jie Toko Bumi Jawa. Jenis *Word of mouth* dalam penelitian ini hanya dibatasi pada *amplified word of mouth*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis deskriptif. data yang dianalisis merupakan data hasil wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Penerapan *Word of mouth* pada bakpia Song Jie Toko Bumi Jawa terjadi dengan adanya upaya – upaya yang dilakukan baik secara langsung kepada konsumen maupun melalui media *online*. (2) Bakpia Song Jie Toko Bumi Jawa menerapkan *Word of mouth* dengan lima elemen yang harus diperhatikan dalam mengupayakan *Word of mouth* agar lebih terorganisir yaitu *talkers, topics, tools, taking part, dan tracking*.

Kata Kunci: *Manajemen Pemasaran, Word of Mouth.*

23/6/21
A

**APPLICATION OF WORD OF MOUTH AS A COMMUNICATION TOOL
TO INCREASE PROFIT AT BAKPIA SONG JIE TOKO BUMI JAWA
(CASE STUDY ON BAKPIA SONG JIE TOKO BUMI JAWA)**

Aldo Willyanto

Abstract

This research was conducted with the aim of knowing the application of word of mouth as a marketing communication tool at Bakpia Song Jie Toko Bumi Jawa. The type of word of mouth in this study is only limited to amplified word of mouth. The analytical method used in this research is descriptive analysis method. The data analyzed are data from interviews and observations. The results of this study indicate that: (1) The application of word of mouth in Bakpia Song Jie Toko Bumi Jawa occurs with the efforts made either directly to consumers or through online media. (2) Bakpia Song Jie Toko Bumi Jawa implements word of mouth with five elements that must be considered in making word of mouth more organized, namely talkers, topics, tools, part taking, and tracking.

Keywords: Marketing Management, Word of Mouth.

