

Abstract

Rahman Fatarudin. 130531100093. Communication Department. Word Of Mouth In The Sinjay Restorant Marketing Communication. Thesis. Faculty Department Social And Culture. Trunojoyo University
Lecture: Dewi Quraishyin, S.Pd.I., M.Si.

The research entitled " Word Of Mouth In Sinjay restorant Marketing communication" is a qualitative descriptive research, which purpose to know and understand about how the marketing process occurs in duck Sinjay products. In this research refers to the marketing elements of Word Of Mouth Andy Zernovith namely talkers, topics, tools, taking parts, and tracking. Data analysis using data reduction techniques, presentation and conclusion. Technique examination of data validity using triangulation of data to cross check validity of data in this research. The result of the research shows that the phenomenon of Word Of Mouth marketing on duck Sinjay product has five elements and is influenced by marketing mix or known as 4P (product, price, place, and promotion) which become the basis of marketing process. Word Of Mouth marketing that occurs not only through Word Of Mouth but through the actions of customers who use social media to perform marketing activities on the duck Sinjay product.

Keywords: Marketing Communications, Word Of Mouth, Marketing Mix

Abstrak

Rahman Fatarudin. *Word Of Mouth* Dalam Komunikasi Pemasaran Bebek Sinjay. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura

Pembimbing: Dewi Quraisyin, S.Pd.I., M.Si.

Penelitian yang berjudul “*Word Of Mouth* Dalam Komunikasi Pemasaran Bebek Sinjay” ini merupakan penelitian diskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk mengetahui dan memahami tentang bagaimana proses pemasaran tersebut terjadi pada produk bebek Sinjay. Pada penelitian ini mengacu pada elemen pemasaran *Word Of Mouth* Andy Zernovith yaitu *talkers*, *topics*, *tools*, *taking parts*, dan *tracking*. Analisis data menggunakan teknik reduksi data, penyajian dan penarikan kesimpulan. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi data guna meng-*cross check* keabsahan data pada penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena pemasaran *Word Of Mouth* pada produk bebek Sinjay memiliki kelima elemen tersebut dan dipengaruhi oleh *marketing mix* atau dikenal dengan istilah 4P (*product*, *price*, *place*, dan *promotion*) yang menjadi dasar dari proses pemasaran. Pemasaran *Word Of Mouth* yang terjadi tidak hanya melalui sarana mulut ke mulut akan tetapi melalui tindakan pelanggan yang menggunakan sosial media untuk melakukan kegiatan pemasara pada produk bebek Sinjay.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, *Word Of Mouth*, *Product*, *Marketing Mix*