

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan melalui wawancara mendalam dengan enam pelanggan, ditemukan bahwa strategi WOM memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pelanggan untuk memilih Bengkel Panca Motor.

Pada tahap *Attention*, pelanggan mulai menyadari keberadaan Bengkel Panca Motor melalui rekomendasi dari teman, keluarga, dan komunitas otomotif. Informasi yang diterima dari sumber-sumber yang dipercaya ini membangun kepercayaan awal yang kuat terhadap bengkel. Di tahap *Interest*, ketertarikan pelanggan semakin diperkuat oleh pengalaman positif dari orang-orang terdekat yang telah menggunakan layanan bengkel, didukung oleh promosi yang menarik dan penawaran khusus yang diinformasikan melalui WOM. Dalam tahap *Desire*, keinginan pelanggan untuk menggunakan layanan Bengkel Panca Motor tumbuh seiring dengan testimoni positif yang mereka dengar, menciptakan citra bengkel yang dapat diandalkan dan profesional. Pada tahap *Action*, berbagai faktor seperti kemudahan akses, saluran komunikasi yang efektif, promosi menarik, kualitas layanan yang tinggi, dan fasilitas penunjang yang nyaman, berhasil mendorong pelanggan untuk mengambil tindakan nyata dalam menggunakan layanan Bengkel Panca Motor.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran berbasis *Word of Mouth* sangat efektif dalam meningkatkan jumlah pelanggan di Bengkel Panca Motor. Hal tersebut tercermin dalam pertanyaan pemilik bengkel yaitu *“Awal mula bengkel ini berdiri di Tahun 2008 omset paling besar pada saat itu mencapai 30 juta perbulan. Namun seiring dengan bertambahnya pelanggan hingga saat ini omset kami dapat mencapai 100 juta dalam 1 bulan.”*. Rekomendasi dari orang-orang terdekat, pengalaman positif, dan citra yang baik yang terbentuk melalui WOM, berhasil menarik perhatian, membangun ketertarikan, mengembangkan keinginan, dan mendorong tindakan pelanggan untuk menggunakan layanan bengkel. Faktor-faktor ini berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan jumlah pelanggan Bengkel Panca Motor,

menunjukkan pentingnya strategi komunikasi WOM dalam pemasaran layanan otomotif.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, penulis menyarankan agar Bengkel Panca Motor terus memperkuat strategi komunikasi pemasaran berbasis *Word of Mouth* (WOM) dengan beberapa langkah berikut. Pertama, terus menjaga dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan agar pelanggan merasa puas dan terdorong untuk berbagi pengalaman positif mereka dengan orang lain. Pelayanan yang ramah, transparansi dalam proses perbaikan, dan hasil kerja yang memuaskan merupakan faktor kunci dalam menciptakan testimoni positif. Kedua, aktif membangun hubungan baik dengan pelanggan melalui berbagai saluran komunikasi seperti media sosial, aplikasi pesan, dan grup komunitas otomotif. Membuat konten yang menarik dan bermanfaat, serta memberikan respon cepat dan solusi atas pertanyaan atau keluhan pelanggan, dapat meningkatkan interaksi positif. Ketiga, mengadakan program referral atau insentif bagi pelanggan yang berhasil merekomendasikan bengkel kepada teman atau keluarga mereka. Insentif berupa diskon layanan atau hadiah dapat mendorong pelanggan untuk lebih aktif merekomendasikan bengkel. Terakhir, penting untuk terus memantau dan mengevaluasi *feedback* dari pelanggan guna melakukan perbaikan berkelanjutan dan memastikan strategi WOM berjalan efektif.

Untuk pelaku usaha lain yang ingin menerapkan strategi komunikasi pemasaran berbasis *Word of Mouth* (WOM), beberapa saran dari penulis berikut dapat dijadikan panduan. Pertama, fokuslah pada kualitas produk atau layanan yang diberikan, karena kepuasan pelanggan merupakan fondasi utama dari WOM yang efektif. Pelanggan yang puas cenderung merekomendasikan bisnis Anda kepada orang lain. Kedua, bangun hubungan yang erat dengan pelanggan melalui pelayanan yang personal dan responsif. Kenali kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta berikan layanan yang melebihi ekspektasi mereka. Ketiga, manfaatkan media sosial dan platform digital untuk memperluas jangkauan WOM. Buat konten yang menarik, edukatif, dan relevan dengan target audiens, serta dorong pelanggan untuk berbagi pengalaman mereka. Keempat, pertimbangkan untuk mengimplementasikan program insentif atau reward bagi pelanggan yang

merekomendasikan bisnis Anda. Insentif ini dapat berupa diskon, voucher, atau hadiah menarik lainnya. Terakhir, selalu evaluasi dan adaptasi strategi berdasarkan feedback pelanggan dan perkembangan pasar untuk memastikan WOM tetap relevan dan efektif dalam mendukung pertumbuhan bisnis.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan baik Bengkel Panca Motor maupun pelaku usaha lainnya dapat memaksimalkan potensi strategi komunikasi pemasaran berbasis WOM untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan memperkuat posisi bisnis mereka di pasar.



## DAFTAR PUSTAKA

### ARTIKEL JURNAL

- Alfian, A., Firdaus, Y. D., Weni, A. A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kedai Kopi Kata Kita Bekasi Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 7(1).
- Berger, J., & Schwartz, E. (2011). What Drives Immediate and Ongoing *Word of Mouth*? *Journal of Marketing Research*, 48, 869–880.
- Bunga, F., Yugih, Setyanto. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Broker dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Jurnal Prologia*, 3(1), 39-46.
- Dichter, E. (1966). How word-of-mouth advertising works. In *Harvard business review*. (Vol. 44, Issue 6, pp. 147–166). Graduate School of Business Administration, Harvard University.
- Ning I. N. (2024). *Word of Mouth* (WoM) dalam Komunikasi Pemasaran Industri Rumah Tangga (IRT) Jamu di Pamekasan Madura. *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(2).
- Trusov, M., Bucklin, R., & Pauwels, K. (2008). Effects of Word-of-Mouth Versus Traditional Marketing: Findings from an Internet Social Networking Site. *Journal of Marketing*, 73.

### BUKU

- Balter, D., & Butman, J. (2005). *Grapevine: The New Art of Word-of-mouth Marketing*. New York: Portfolio.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill Education.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles: SAGE Publications.
- DeVito Joseph A. (2015). *Human Communication: The Basic Course*. In *Human Communication*. Boston: Pearson Education.
- Keller, E. B., & Berry, J. L. (2003). *The Influentials: One American in Ten Tells the Other Nine How to Vote, Where to Eat, and What to Buy*. Michigan: Free Press.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing*, Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson Education.
- Lasswell, H. D. (1948). *The Structure and Function of Communication in Society*. In *The Communication of Ideas*. New York: Harper & Row.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

McCarthy, E. J. (2005). *Basic Marketing, a Managerial Approach*. New York: McGraw-Hill.

Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosadakarya.

Sernovitz, A. (2012). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. Austin: Greenleaf Book Group Press.

Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. Ohio: Cengage Learning.

Silverman, G. (2011). *Secrets of Word-of-mouth Marketing: How to Trigger Exponential Sales Through Runaway Word of Mouth*. New York: Amacom

### **SKRIPSI**

Arifah R. S. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Word of Mouth Dalam Peningkatan Brand Awareness Ethnica Design Di Kota Makassar*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Hasanuddin: Makassar.

Dimas P. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Word of Mouth Dalam Meningkatkan Pelanggan Restoran Cemara Osteria Di Kota Pekanbaru*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim: Pekanbaru.

Maulidya C. M. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Word of Mouth Usaha Dagang Daun Waru Dikabupaten Pati*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Bahasa Dan Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Sultan Agung: Semarang.

### **WEBSITE**

Badan Pusat Statistik. (2022). *Ekonomi Indonesia Triwulan II-2022 Tumbuh 5,44 Persen (y-on-y)*. Diakses pada 10 April 2024, dari <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2022/08/05/1913/ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2022-tumbuh-5-44-persen--y-on-y-.html>

Nielsen. (2015). *Rekomendasi Word-Of-Mouth Masih Menjadi Iklan Paling Dipercaya Oleh Konsumen Asia Tenggara*. Diakses pada 10 April 2024, dari <https://www.nielsen.com/news-center/2015/rekomendasi-word-of-mouth-masih-menjadi-iklan-paling-dipercaya-oleh-konsumen-asia-tenggara/>

## LAMPIRAN

### PEDOMAN WAWANCARA

<b>Key Informan</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Tujuan/Teori yang diKaitkan</b>
Pemilik	Apa saja layanan utama yang ditawarkan oleh bengkel Anda?	Marketing Mix 4P: Product
	Bagaimana untuk penetapan harga atas layanan atau produk yang ditawarkan oleh Bengkel Anda?	Marketing Mix 4P: Price
	Apakah lokasi bengkel Anda memberikan keuntungan dalam menarik pelanggan?	Marketing Mix 4P: Place
	Apa saja strategi promosi yang Anda gunakan untuk memasarkan bengkel Anda?	Marketing Mix 4P: Promotion
	Bagaimana perkembangan bisnis bengkel Anda setelah menerapkan strategi tersebut?	

<b>Informan</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Tujuan/Teori yang diKaitkan</b>
Pelanggan	Bagaimana Anda mengetahui tentang Bengkel Panca Motor?	Motivasi WOM: Other Involvement
	Apa yang membuat Anda tertarik untuk pertama kali menggunakan layanan dari Bengkel Panca Motor?	Motivasi WOM: Product Involvement
	Bagaimana pengalaman Anda saat menggunakan layanan dari Bengkel Panca Motor?	Motivasi WOM: Message Involvement
	Apa yang memotivasi Anda untuk merekomendasikan Bengkel Anda kepada teman atau keluarga Anda?	Motivasi WOM: Self-Involvement
	Bagaimana Anda menilai kualitas layanan dan produk yang ditawarkan oleh Bengkel Panca Motor?	Marketing Mix 4P: Product
	Bagaimana Anda menilai harga layanan yang ditawarkan oleh Bengkel Panca Motor dibandingkan dengan bengkel lain?	Marketing Mix 4P: Price

	Seberapa penting lokasi Bengkel Panca Motor dalam mempengaruhi keputusan Anda untuk menggunakan jasa mereka?	Marketing Mix 4P: Place
	Bagaimana Anda mengetahui tentang promosi atau penawaran khusus dari Bengkel Panca Motor?	Marketing Mix 4P: Promotion



## TRANSKRIP HASIL WAWANCARA



Nama: Bapak Rudi Yanto	Usia: 64 Tahun
Pemilik Usaha Bengkel Panca Motor	
Metode: Wawancara Tatap Muka	Tanggal: 8 Juli 2024

1. Penulis : Apa saja layanan utama yang ditawarkan oleh bengkel Anda?  
Narasumber : *“Utamanya kami menawarkan berbagai macam jenis servis kendaraan bermotor roda dua seperti, servis ganti oli, tambal ban, servis injeksi dan masih banyak lainnya. Selain itu kami juga menjual berbagai macam spare part untuk melengkapi keperluan servis kendaraan seperti oli mesin dan gardan, ban luar dan dalam, filter, dan masih banyak lainnya untuk mempermudah pelanggan apabila ingin melakukan servis kendaraan tidak perlu mencari atau membeli terlebih dahulu di tempat lain.”*
2. Penulis : Bagaimana untuk penetapan harga atas layanan atau produk yang ditawarkan oleh Bengkel Anda?  
Narasumber : *“Untuk penetapan harga servis kendaraan maupun penjualan spare part, kami sudah memberikan harga yang kurang lebih sudah cukup bersaing dengan bengkel lain.”*
3. Penulis : Apakah lokasi bengkel Anda memberikan keuntungan dalam menarik pelanggan?  
Narasumber : *“Lokasi bengkel kami saat ini sudah cukup strategis. Bengkel kami tepat berada di pinggir jalan yang padat akan kendaraan bermotor dua yang melintas. Selain itu halaman bengkel kami cukup luas untuk menampung banyak pelanggan.”*
4. Penulis : Apa saja strategi promosi yang Anda gunakan untuk memasarkan bengkel Anda?

Narasumber : *“Kami berusaha memberikan pelayanan servis yang terbaik. Memberikan berbagai macam jenis spare part dan memberikan harga yang kompetitif. Hal tersebut kami lakukan agar supaya pelanggan kami puas sehingga pelanggan kami dapat memasarkan bengkel kami secara mulut-mulut.”*

5. Penulis : Bagaimana perkembangan bisnis bengkel Anda setelah menerapkan strategi tersebut?

Narasumber : *“Awal mula bengkel ini berdiri di Tahun 2008 omset paling besar pada saat itu mencapai 30 juta perbulan. Namun seiring dengan bertambahnya pelanggan hingga saat ini omset kami dapat mencapai 100 juta dalam 1 bulan.”*



## TRANSKRIP HASIL WAWANCARA



Nama:	Usia:
Bapak Erwin	24 Tahun
Pelanggan Bengkel Panca Motor	
Metode:	Tanggal:
Wawancara Tatap Muka	8 Juli 2024

1. Penulis : Bagaimana Anda mengetahui tentang Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Saya mengetahui informasi mengenai Bengkel Panca Motor setelah diberitahu oleh teman kuliah saya yang pernah servis kendaraan bermotor di sini. Teman kuliah saya bilang lokasinya sejalan dengan perjalanan ke kampus.”*
2. Penulis : Apa yang membuat Anda tertarik untuk pertama kali menggunakan layanan dari Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Teman kuliah saya menceritakan pengalaman servis kendaraan motor di bengkel ini. Dia bilang pelayanannya bagus, karyawannya ramah, pelayanannya cepat dan harganya juga oke.”*
3. Penulis : Bagaimana pengalaman Anda saat menggunakan layanan dari Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Setelah saya melakukan servis pertama saya di sini. Saya memutuskan untuk akan servis kembali di bengkel ini. Dikarenakan hasil servisnya bagus.”*
4. Penulis : Apa yang memotivasi Anda untuk merekomendasikan Bengkel Anda kepada teman atau keluarga Anda?

Narasumber : *“Saya merekomendasikan bengkel ini kepada teman dan keluarga saya dikarenakan menurut pendapat saya karyawan di bengkel ini jujur. Saya memiliki pengalaman buruk dengan bengkel lain yang mematok harga yang tinggi dan menambahkan servis yang tidak diperlukan.”*
5. Penulis : Bagaimana Anda menilai kualitas layanan dan produk yang ditawarkan oleh Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Untuk kualitas pelayanan disini sangat cukup baik. Karena apabila kita mengantri cukup lama disini, kita akan disediakan kopi serta diajak ngobrol oleh karyawannya supaya kita tidak bosan.”*

6. Penulis : Bagaimana Anda menilai harga layanan yang ditawarkan oleh Bengkel Panca Motor dibandingkan dengan bengkel lain?

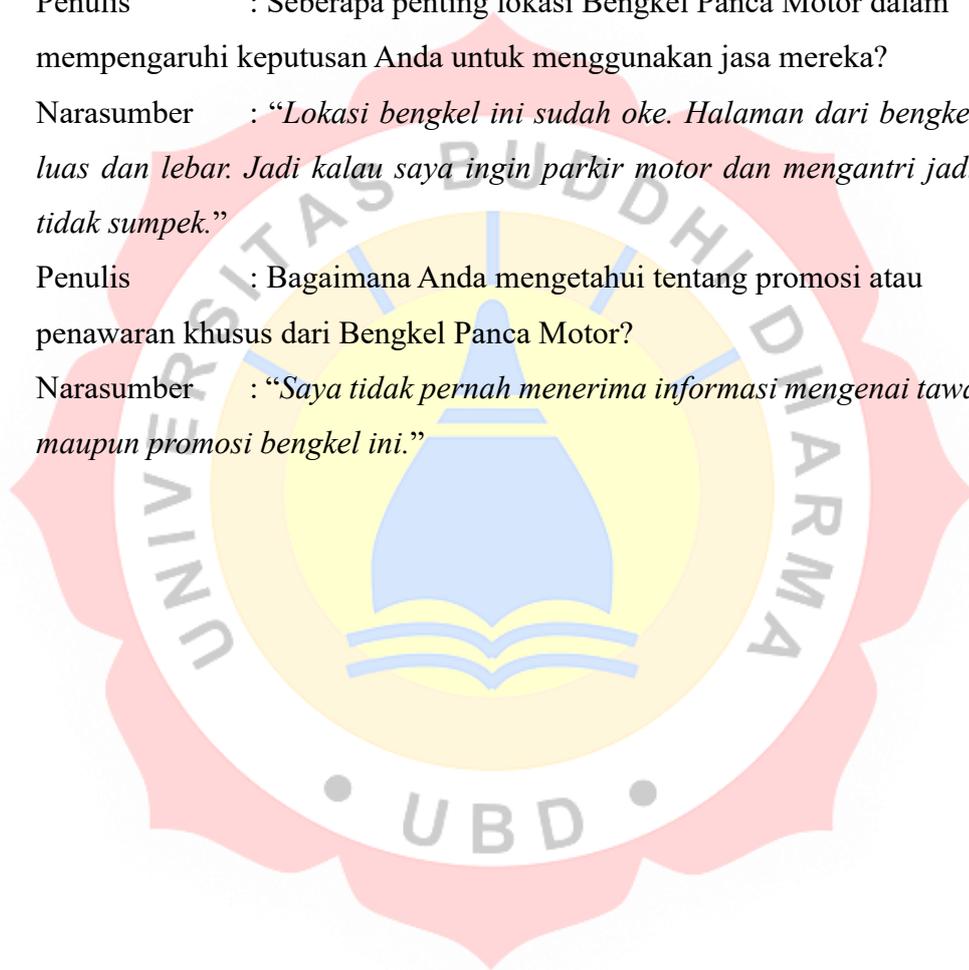
Narasumber : *“Untuk harga dibengkel ini relatif lebih murah apabila saya bandingkan dengan bengkel-bengkel lain yang pernah saya coba.”*

7. Penulis : Seberapa penting lokasi Bengkel Panca Motor dalam mempengaruhi keputusan Anda untuk menggunakan jasa mereka?

Narasumber : *“Lokasi bengkel ini sudah oke. Halaman dari bengkel ini luas dan lebar. Jadi kalau saya ingin parkir motor dan mengantri jadinya tidak sumpek.”*

8. Penulis : Bagaimana Anda mengetahui tentang promosi atau penawaran khusus dari Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Saya tidak pernah menerima informasi mengenai tawaran maupun promosi bengkel ini.”*



## TRANSKRIP HASIL WAWANCARA



Nama:	Usia:
Bpk Ahmad Sofyan	45 Tahun
Pelanggan Bengkel Panca Motor	
Metode:	Tanggal:
Wawancara Tatap Muka	8 Juli 2024

1. Penulis : Bagaimana Anda mengetahui tentang Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Saya mengetahui informasi mengenai Bengkel Panca Motor dari rekomendasi teman-teman yang pernah servis kendaraan bermotor disini. Diberitahu kalau lokasinya ada di cadas, servis kendaraan bermotor sudah pasti bagus.”*
2. Penulis : Apa yang membuat Anda tertarik untuk pertama kali menggunakan layanan dari Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Teman-teman saya menceritakan bahwa pekerjaan mekaniknya dan pelayanan tokonya bagus dan harganya juga sesuai dengan kantong.”*
3. Penulis : Bagaimana pengalaman Anda saat menggunakan layanan dari Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Setelah saya mencoba servis. Saya merasa sangat puas sekali. Pekerjaannya rapi dan harganya ramah untuk dikantong kita.”*
4. Penulis : Apa yang memotivasi Anda untuk merekomendasikan Bengkel Anda kepada teman atau keluarga Anda?

Narasumber : *“Saya terkadang merekomendasikan bengkel ini kepada teman dan keluarga saya dikarenakan bengkel ini buka dari sore hingga tengah malam. Sehingga apabila ada teman dan keluarga saya yang sedang mogok bisa datang untuk servis. Selain itu pelayanannya baik dan pekerjaannya rapi.”*
5. Penulis : Bagaimana Anda menilai kualitas layanan dan produk yang ditawarkan oleh Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Untuk kualitas pelayanan tidak kalah dengan bengkel lain”*

6. Penulis : Bagaimana Anda menilai harga layanan yang ditawarkan oleh Bengkel Panca Motor dibandingkan dengan bengkel lain?

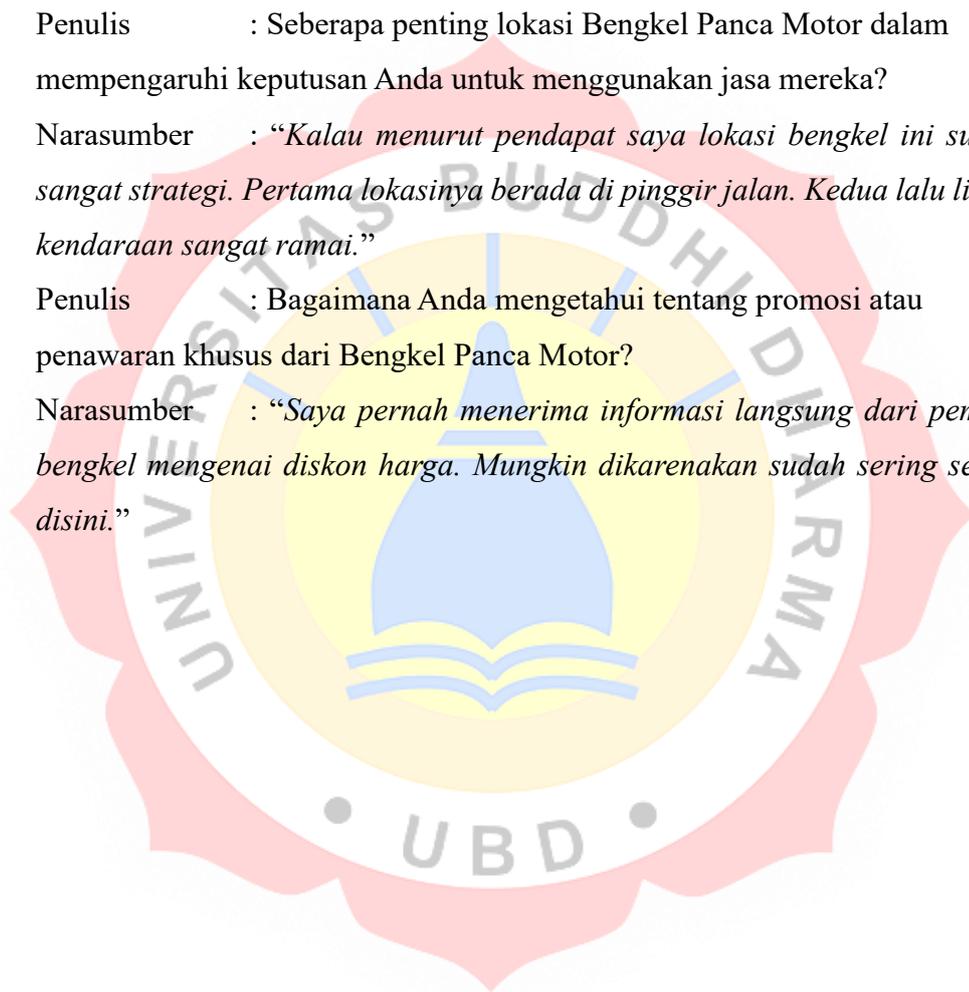
Narasumber : *“Untuk harga spare part sudah mirip dengan bengkel lain. Harganya menyesuaikan dengan kualitas spare part seperti apa yang kita minta.”*

7. Penulis : Seberapa penting lokasi Bengkel Panca Motor dalam mempengaruhi keputusan Anda untuk menggunakan jasa mereka?

Narasumber : *“Kalau menurut pendapat saya lokasi bengkel ini sudah sangat strategi. Pertama lokasinya berada di pinggir jalan. Kedua lalu lintas kendaraan sangat ramai.”*

8. Penulis : Bagaimana Anda mengetahui tentang promosi atau penawaran khusus dari Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Saya pernah menerima informasi langsung dari pemilik bengkel mengenai diskon harga. Mungkin dikarenakan sudah sering servis disini.”*



## TRANSKRIP HASIL WAWANCARA



Nama: Bpk Pandi	Usia: 29 Tahun
Pelanggan Bengkel Panca Motor	
Metode: Wawancara Tatap Muka	Tanggal: 8 Juli 2024

- Penulis : Bagaimana Anda mengetahui tentang Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Saya mengetahui informasi mengenai Bengkel Panca Motor dari rekomendasi saudara.”*
- Penulis : Apa yang membuat Anda tertarik untuk pertama kali menggunakan layanan dari Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Saya mendapatkan informasi mengenai pelayanannya yang bagus dan harganya yang terjangkau.”*
- Penulis : Bagaimana pengalaman Anda saat menggunakan layanan dari Bengkel Panca Motor?

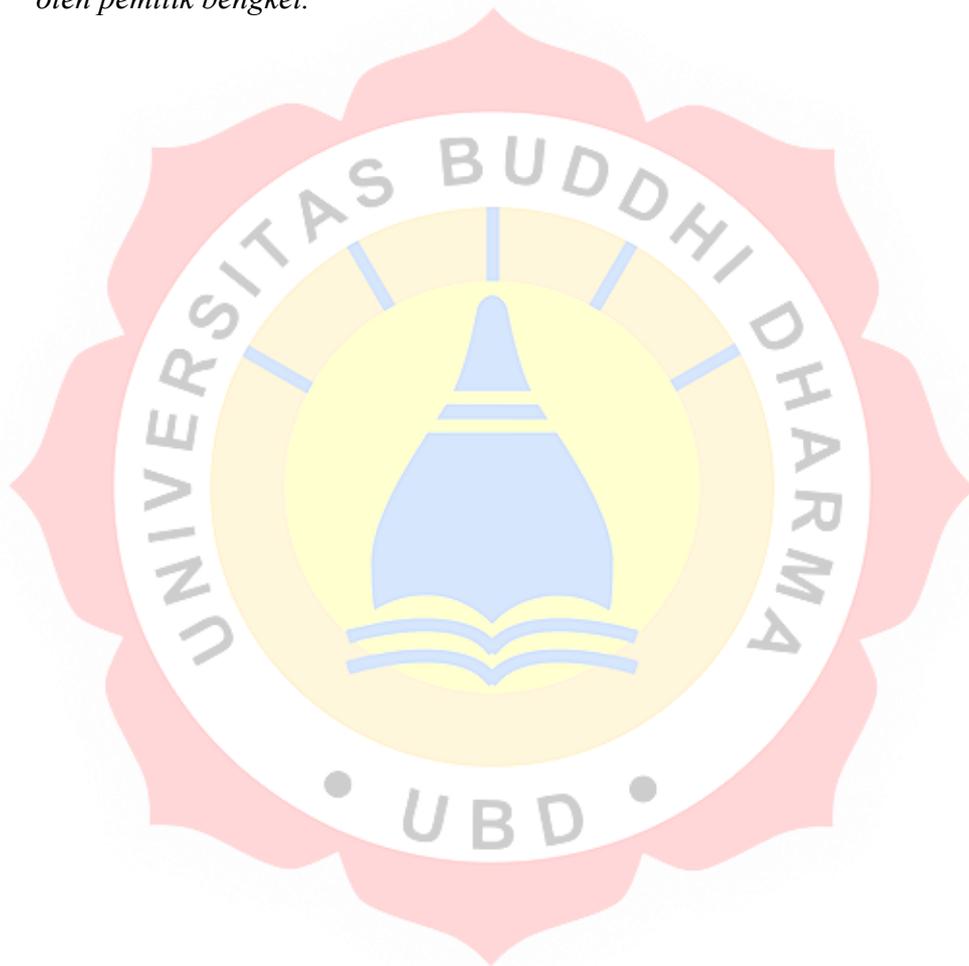
Narasumber : *“Selama saya servis disini, alhamdulillah memuaskan pelayanannya.”*
- Penulis : Apa yang memotivasi Anda untuk merekomendasikan Bengkel Anda kepada teman atau keluarga Anda?

Narasumber : *“Saya merekomendasikan bengkel ini kepada rekan-rekan saya dikarenakan saya puas dengan pengalaman saya selama servis disini.”*
- Penulis : Bagaimana Anda menilai kualitas layanan dan produk yang ditawarkan oleh Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Menurut pendapat saya mengenai kualitasnya standar seperti bengkel lain, namun pelayanan bengkel ini sangat memuaskan”*
- Penulis : Bagaimana Anda menilai harga layanan yang ditawarkan oleh Bengkel Panca Motor dibandingkan dengan bengkel lain?

Narasumber : *“Untuk harga spare part standar, mirip-mirip bengkel lain. Sesuai dengan permintaan kita mau spare part dengan kualitas seperti apa.”*

7. Penulis : Seberapa penting lokasi Bengkel Panca Motor dalam mempengaruhi keputusan Anda untuk menggunakan jasa mereka?  
Narasumber : *“Lokasi sudah pas. Strategis berada di pinggir jalan. Kemudian halaman bengkel juga enak, lega tidak sempit.”*
8. Penulis : Bagaimana Anda mengetahui tentang promosi atau penawaran khusus dari Bengkel Panca Motor?  
Narasumber : *“Saya terkadang mendapatkan informasi perihal promo oleh pemilik bengkel.”*



## TRANSKRIP HASIL WAWANCARA



Nama:	Usia:
Bpk Samsul	30 Tahun
Pelanggan Bengkel Panca Motor	
Metode:	Tanggal:
Wawancara Tatap Muka	11 Juli 2024

1. Penulis : Bagaimana Anda mengetahui tentang Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Saya diberikan rekomendasi tentang bengkel ini dari teman-teman saya.”*
2. Penulis : Apa yang membuat Anda tertarik untuk pertama kali menggunakan layanan dari Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Saya coba servis di bengkel ini karena mendengar pengalaman servis dari teman-teman saya.”*
3. Penulis : Bagaimana pengalaman Anda saat menggunakan layanan dari Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Setelah saya mencoba servis di bengkel ini. Kondisi motor saya menjadi lebih baik, bensin jadi lebih irit. Saya puaslah dengan servis bengkel sini.”*
4. Penulis : Apa yang memotivasi Anda untuk merekomendasikan Bengkel Anda kepada teman atau keluarga Anda?

Narasumber : *“Saya ada rekomendasiin ke teman-teman dan keluarga saya. Karena menurut saya fasilitas di bengkel ini cukup lengkap. Kita mau servis apa aja bisa.”*
5. Penulis : Bagaimana Anda menilai kualitas layanan dan produk yang ditawarkan oleh Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Kualitas layanan di bengkel ini sangat bagus. Saya sangat puas dengan kualitas layanannya.”*
6. Penulis : Bagaimana Anda menilai harga layanan yang ditawarkan oleh Bengkel Panca Motor dibandingkan dengan bengkel lain?

Narasumber : *“Untuk harga standar pasaran bengkel. Tidak mahal. Tidak dipatok harga tinggi.”*

7. Penulis : Seberapa penting lokasi Bengkel Panca Motor dalam mempengaruhi keputusan Anda untuk menggunakan jasa mereka?

Narasumber : *“Lokasinya bagus. Ada di pinggir jalan.”*

8. Penulis : Bagaimana Anda mengetahui tentang promosi atau penawaran khusus dari Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Saya pernah mendapat informasi perihal promo oleh pemilik bengkel ketika saya servis.”*



## TRANSKRIP HASIL WAWANCARA



Nama:	Usia:
Bpk Ari	21 Tahun
Pelanggan Bengkel Panca Motor	
Metode:	Tanggal:
Wawancara Tatap Muka	11 Juli 2024

- Penulis : Bagaimana Anda mengetahui tentang Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Saya diberi informasi dari teman kalau servis di sini itu bagus.”*
- Penulis : Apa yang membuat Anda tertarik untuk pertama kali menggunakan layanan dari Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Karena teman menginformasikan kalau servis di sini itu bagus.”*
- Penulis : Bagaimana pengalaman Anda saat menggunakan layanan dari Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Puas. Servis di sini bagus banget.”*
- Penulis : Apa yang memotivasi Anda untuk merekomendasikan Bengkel Anda kepada teman atau keluarga Anda?

Narasumber : *“Ada merekomendasikan ke teman yang bertanya soal servis motor. Soalnya di sini servisnya lumayan bagus. Bengkelnya jujur dan amanah juga.”*
- Penulis : Bagaimana Anda menilai kualitas layanan dan produk yang ditawarkan oleh Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Kualitas spare part di sini bagus. Kebanyakan spare part orisinal. Tidak seperti di bengkel lain yang banyak menjual spare part palsu.”*
- Penulis : Bagaimana Anda menilai harga layanan yang ditawarkan oleh Bengkel Panca Motor dibandingkan dengan bengkel lain?

Narasumber : *“Untuk harganya standar kualitas pabrik. Tidak lebih-lebih jauh harganya.”*

7. Penulis : Seberapa penting lokasi Bengkel Panca Motor dalam mempengaruhi keputusan Anda untuk menggunakan jasa mereka?  
Narasumber : *“Lokasinya strategis. Bengkelnya bagus dan nyaman. Mudah ditemukan karena lokasinya di pinggir jalan dan besar.”*
8. Penulis : Bagaimana Anda mengetahui tentang promosi atau penawaran khusus dari Bengkel Panca Motor?  
Narasumber : *“Saya pernah mendapati promo langsung dari mekaniknya.”*



## TRANSKRIP HASIL WAWANCARA



Nama:	Usia:
Bpk Vikri	30 Tahun
Pelanggan Bengkel Panca Motor	
Metode:	Tanggal:
Wawancara Tatap Muka	12 Juli 2024

- Penulis : Bagaimana Anda mengetahui tentang Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Awal saya tau bengkel ini karena diberitahu oleh teman saya. Waktu motor saya lagi bermasalah jadi diberitahu untuk coba di bengkel ini.”*
- Penulis : Apa yang membuat Anda tertarik untuk pertama kali menggunakan layanan dari Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Karena rekomendasi dari teman saya bilang servis di bengkel ini bagus.”*
- Penulis : Bagaimana pengalaman Anda saat menggunakan layanan dari Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Saya puas servis di bengkel ini. Pelayanannya ramah, mekaniknya jujur dan mudah di ajak koordinasi terkait permasalahan yang ada dengan motor saya.”*
- Penulis : Apa yang memotivasi Anda untuk merekomendasikan Bengkel Anda kepada teman atau keluarga Anda?

Narasumber : *“Baru belum lama ini saya merekomendasikan bengkel ini ke teman saya. Karena bengkel ini jujur dan mudah di ajak koordinasi.”*
- Penulis : Bagaimana Anda menilai kualitas layanan dan produk yang ditawarkan oleh Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Kualitas servis dan produk di bengkel ini cukup bagus.”*
- Penulis : Bagaimana Anda menilai harga layanan yang ditawarkan oleh Bengkel Panca Motor dibandingkan dengan bengkel lain?

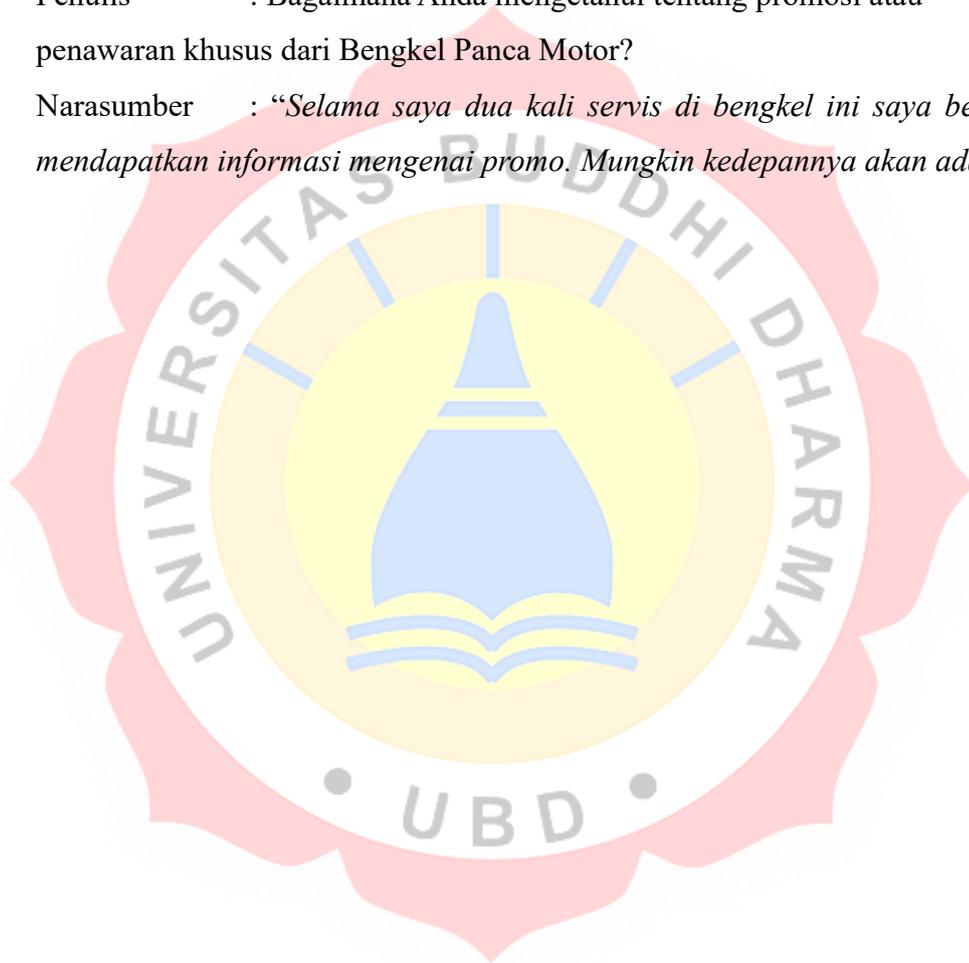
Narasumber : *“Untuk harga terjangkau. Bisa dikoordinasikan karena harga yang diberikan oleh pemilik toko tidak berbeda jauh dari harga spare part yang beredar di toko online.”*

7. Penulis : Seberapa penting lokasi Bengkel Panca Motor dalam mempengaruhi keputusan Anda untuk menggunakan jasa mereka?

Narasumber : *“Lokasinya sangat strategis, berlokasinya di pinggir jalan, banyak orang berlalu-lalang dan tempatnya pun besar.”*

8. Penulis : Bagaimana Anda mengetahui tentang promosi atau penawaran khusus dari Bengkel Panca Motor?

Narasumber : *“Selama saya dua kali servis di bengkel ini saya belum mendapatkan informasi mengenai promo. Mungkin kedepannya akan ada.”*



## SURAT KETERANGAN HASIL TURNITIN



**UNIVERSITAS  
BUDDHI DHARMA**

*Kreativitas Membangkitkan Inovasi*

September 05, 2024

### Editor Explanation:

Dears Steven Chandra Gunawan,  
Thank you for your trusts in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID	:	20200400032
Major	:	Ilmu Komunikasi
Title	:	Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Word of Mouth UMKM Bengkel Panca Motor Tangerang Dalam Meningkatkan Pelanggan
Type	:	Thesis

**Turnitin** Suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count	:	11046
Character Count	:	73083
<b>Similarity Index</b>	:	<b>18%</b>
Internet Source	:	17%
Publication	:	7%
Student Paper	:	6%
Exclude quotes	:	Off
Exclude bibliography	:	Off
Exclude matches	:	Off

This report provides results of literature similarity assessment, if the results show unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committee may re-examine your literature.

Thank you for your attention and cooperation.

Sincerely,

**Frendy Dodo Chang, S.Kom**

Faculty of Social Sciences and Humanities  
Buddhi Dharma University (UBD)

**FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA**

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir  
Tangerang 15115 - Banten

Telp. 021 - 5517853, Fax. 021 - 5586820



**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang  
021 5517853 / 021 5586822 admin@buddhidharma.ac.id

## KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20200400032  
Nama Mahasiswa : STEVEN CHANDRA GUNAWAN  
Fakultas : Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : Strata Satu  
Tahun Akademik/Semester : 2024/2025 Ganjil  
Dosen Pembimbing : Suryadi Wardiana, M.I.Kom  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Word of Mouth UMKM Bengkel Panca Motor Tangerang Dalam Meningkatkan Pelanggan

Tanggal	Catatan	Paraf
2024-04-05	PENGARAHAN JUDUL	
2024-04-12	PENGAJUAN BAB 1 DAN REVISI	
2024-05-03	ACC BAB 1 DAN LANJUT BAB 2	
2024-05-17	PENGAJUAN BAB 2 DAN REVISI	
2024-05-31	ACC BAB 2 DAN LANJUT BAB 3	
2024-06-14	ACC BAB 3 DAN LANJUT PEDOMAN WAWANCARA	
2024-06-21	ACC PEDOMAN WAWANCARA DAN LANJUT BAB 4	
2024-06-28	ACC BAB 4 DAN LANJUT BAB 5	
2024-07-10	ACC KESELURUHAN DAN SIAP SIDANG	

Mengetahui  
Ketua Program Studi



Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom

Tangerang, 05 September 2024

Pembimbing



Suryadi Wardiana, M.I.Kom

## RIWAYAT HIDUP PENULIS



Nama Lengkap : Steven Chandra Gunawan  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 1 November 1999  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Buddha  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Duta Indah Residence Cluster Alexandrite AX3/89  
Nomor Handphone : 087787503388  
Email : lim.stevenchandra@gmail.com  
IPK Terakhir : 3,84

### Riwayat Pendidikan Formal:

1. Universitas Buddhi Dharma  
Tahun : 2020 – Saat Ini
2. SMK Perguruan Buddhi  
Tahun : 2014 – 2017

### Riwayat Pekerjaan :

1. Panda Coffee Tools – Cimone, Kota Tangerang  
Posisi : Admin Online Shop  
Tahun : 2016-2018
2. D'Marcas Café – Cengkareng, Jakarta Barat  
Posisi : Store Crew  
Tahun : 2018-2019
3. Chatime – Living World Alam Sutera Kota Tangerang Selatan  
Posisi : Part-time Store Crew  
Tahun : 2019
4. Xing Fu Tang – Summarecon Mall Serpong Kota Tangerang Selatan  
Posisi : Store Crew  
Tahun : 2020
5. Handal Furniture – Gading Serpong Kota Tangerang Selatan  
Posisi : Marketing Online  
Tahun : 2021
6. PT Mekar Agung Sejahtera – Kisamaun Kota Tangerang  
Posisi : Admin Project  
Tahun : 2021-Saat Ini