

BAB V **SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan

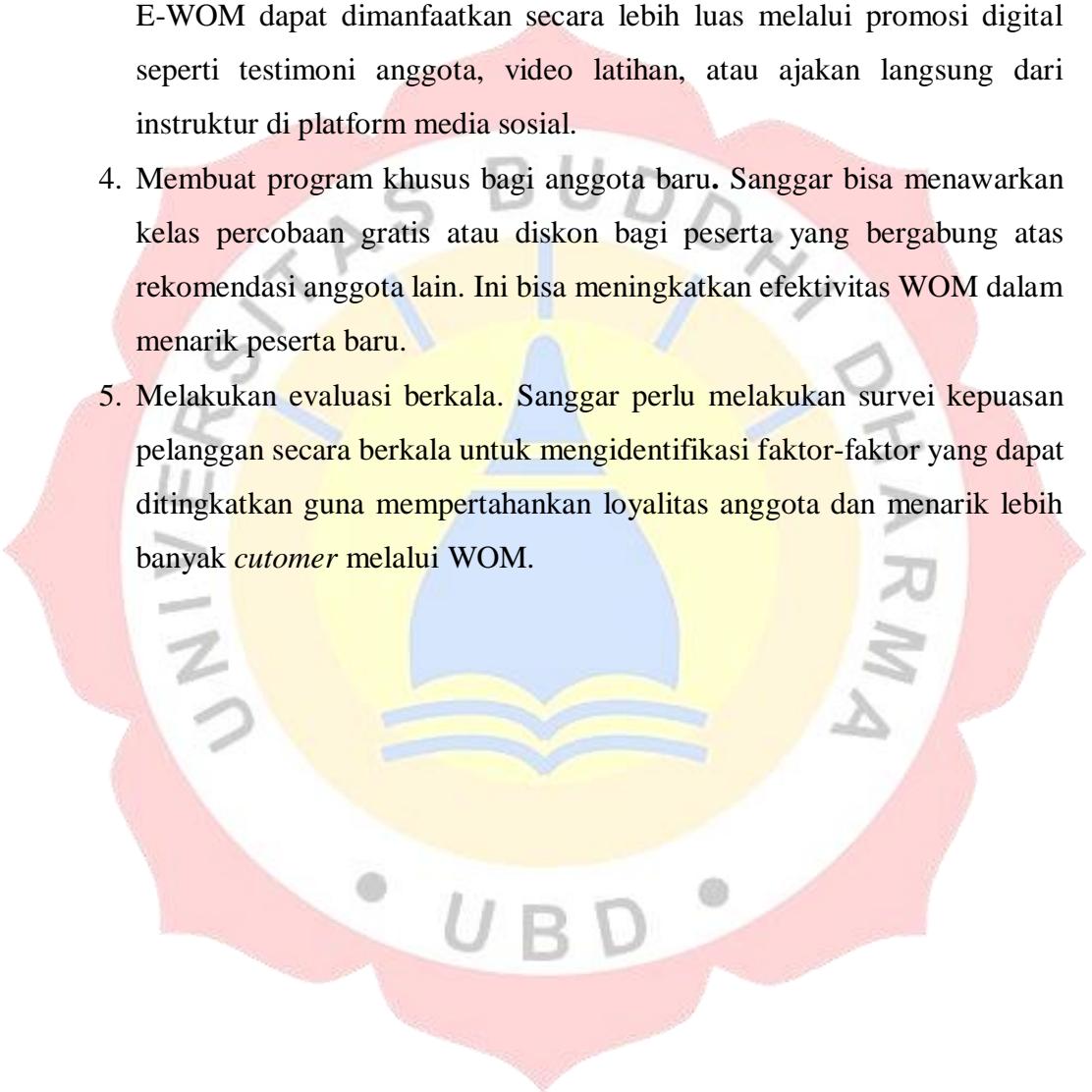
Terkait hasil penelitian serta pembahasan, peneliti memperoleh kesimpulan yang dapat disimpulkan dari penelitian bahwa “Strategi Word of Mouth dalam Meningkatkan Partisipasi di Sanggar Senam Glory Komplek Grand Duta Tangerang” menunjukkan bahwa WOM menjadi strategi penting dan efektif dalam mempromosikan Sanggar Senam Glory untuk memperbanyak anggota melalui peningkatan pelayanan dan pemanfaatan media sosial.

1. *Word of Mouth* memainkan peran utama dalam menarik partisipasi anggota baru di Sanggar Senam Glory. Rekomendasi dari teman, keluarga, dan komunitas yang telah bergabung menjadi faktor penting dalam keputusan individu untuk ikut serta dalam berolahraga.
2. WOM bekerja secara efektif melalui pengalaman positif yang dibagikan oleh anggota, baik melalui percakapan langsung maupun media sosial.
3. Faktor kenyamanan, kualitas instruktur, serta atmosfer yang mendukung turut mempengaruhi keputusan individu dalam bergabung dan tetap berpartisipasi di Sanggar Senam Glory.
4. WOM tradisional dan WOM secara digital yang disebarluaskan melalui sosial media berdampak besar dalam memperluas jangkauan informasi mengenai sanggar Senam Glory.
5. Keberhasilan WOM dalam menarik anggota baru dapat dihubungkan dengan teori 5 T's Sernovitz, di mana calon peserta melalui teori ini dapat mengetahui lebih banyak informasi sebelum memutuskan untuk bergabung.

5.2 Saran

Dari kesimpulan diatas, saran yang dapat penulis berikan yaitu :

1. Untuk memperkuat interaksi sosial antar anggota. Sanggar Senam Glory perlu mendorong anggota lama untuk lebih aktif mengajak teman atau keluarga mereka untuk mencoba kelas senam. Ini dapat dilakukan dengan program referral atau insentif bagi anggota yang berhasil mengajak peserta baru.

- 
2. Meningkatkan pengalaman pelanggan. Pengalaman positif menjadi faktor utama dalam WOM. Oleh karena itu, peningkatan fasilitas, kualitas instruktur, dan variasi program senam harus terus diperhatikan agar anggota merasa puas dan mau berbagi pengalaman mereka kepada orang lain.
 3. Mengoptimalkan penggunaan media sosial. Selain WOM secara langsung, E-WOM dapat dimanfaatkan secara lebih luas melalui promosi digital seperti testimoni anggota, video latihan, atau ajakan langsung dari instruktur di platform media sosial.
 4. Membuat program khusus bagi anggota baru. Sanggar bisa menawarkan kelas percobaan gratis atau diskon bagi peserta yang bergabung atas rekomendasi anggota lain. Ini bisa meningkatkan efektivitas WOM dalam menarik peserta baru.
 5. Melakukan evaluasi berkala. Sanggar perlu melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat ditingkatkan guna mempertahankan loyalitas anggota dan menarik lebih banyak *customer* melalui WOM.

DAFTAR PUSTAKA

- Biddle, S. J. H., & Asare, M. (2011). Physical activity and mental health in children and adolescents: A review of reviews. *British Journal of Sports Medicine*, 45(11), 886–895. <https://doi.org/10.1136/bjsports-2011-090185>
- Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2012). The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model. *Decision Support Systems*, 54(1), 461–470. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.06.008>
- Dinda Prameswari, A., & Onny Fitriana Sitorus. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran Word Of Mouth Pada UMKM Kuliner Jakarta Timur. *Jurnal Niara*, 16(3), 513–519. <https://doi.org/10.31849/niara.v16i3.15267>
- East, R., Hammond, K., & Lomax, W. (2008). *Measuring the Impact of Word of Mouth on Consumer Decision Making*. Journal of the Academy of Marketing Science, 36(3), 215-234.
- Hasan, Ali, 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*, Yogyakarta.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). *Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms*. Journal of Interactive Marketing, 18(1), 38–52.
- Holland, M. (2017). The change agent. In *Achieving Cultural Change in Networked Libraries*. <https://doi.org/10.4324/9781315263434-16>
- Kimmel, A. J., & Kitchen, P. J. (2014). *WOM and Social Media: Presaging Future Directions for Research and Practice*. Journal of Marketing Communications, 20, 5-20
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran (Edisi 12, Jilid 1 & 2). PTIndeks.
- Latuheru, R. V., Elisano, P., 2□, A., & Aprilo, I. (2022). Sport, Health and Recreations Society In Sedentary Lifestyle. *Journal of Physical Education*, 11(2), 86–91. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/peshr>
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh dan Proposal)*. UPN “Veteran” Yogyakarta Press.
- Muri, Y. (2013). Metodologi Penelitian. UNP Press
- McQuail, D.(2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed). SAGE
- Nur, D. S., & Octavia, A. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap

- Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Mediasi Pada Marketplace Shopee Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(2), 387–399. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i2.17960>
- Oktavianto, Y. (2014). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Mie Ayam Pak Agus Di Kota Batu. *Manajemen Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.22219/jmb.v3i1.1715>
- Oktavianti, D. R., Pradekso, T., & Setyabudi, D. (2024). Hubungan Aktivitas Komunikasi Electronic Word of Mouth dan Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan Indihome. *Sports Culture*, 15(1), 72–86. <https://doi.org/10.25130/sc.24.1.6>
- Pranandha, K.E.S., & Kusumadewi, N. M. W. (2022). Peran Word of Mouth Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *e-Jurnal Manajemen*, 11(3), 443-463. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.vll.i03.p02>
- Ramadhany, N. A., & Tranggono, D. (2023). *Studi Fenomenologi Adopsi Inovasi Digitalisasi Pariwisata Desa Wisata Hendrosari Menganti Kabupaten Gresik*. Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan.
- Schiff, N. T., Supriady, A., & Wardiansyah, Y. (2022). *Studi Minat Masyarakat terhadap Olahraga Senam : Faktor Intrinsik dan Ekstrinsik Study of Public Interest in Gymnastics : Intrinsic and Extrinsic Factors*. 4(2), 140–152.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Sulyianto, (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. C.V Andi Offset.
- Suryani dan Hendryadi. (2013). *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Group
- Swari, D.A.K.B.A., and Darma, G.S. (2019). *Kepercayaan Lintas Generasi Dalam Penggunaan Social Media dan Electronic Word of Mouth*, Jurnal Manajemen Bisnis, 16 (4): 145-161. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2256>
- West, R., & Turner, L. H (2018). *Introducing communication theory: Analisys and application* (6th ed). McGraw-Hill.

WHO. (2018). Physical Activity. World Health Organization.
<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>. diakses pada Sabtu, 14 Desember 2024



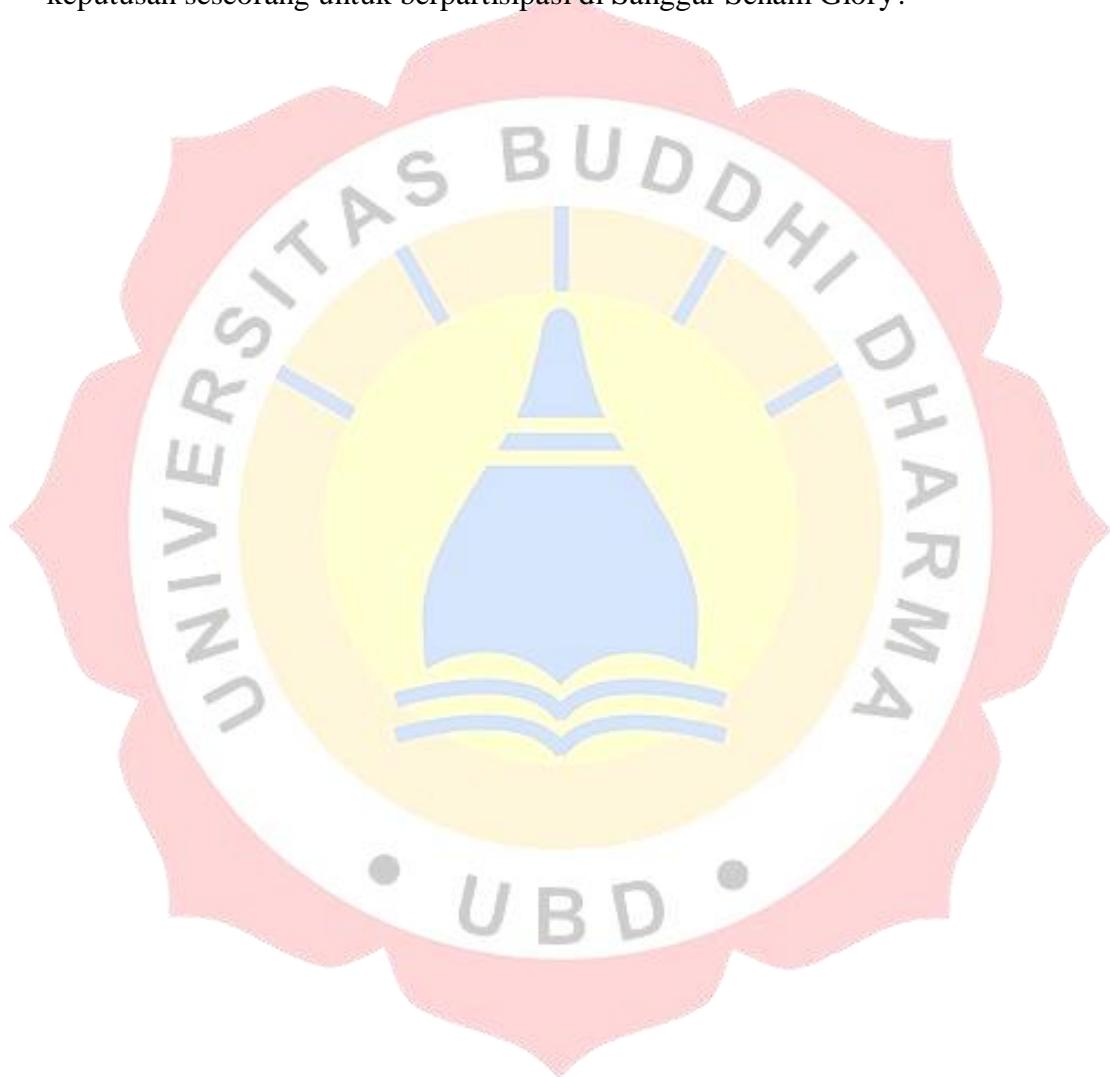
LAMPIRAN

Pedoman Wawancara

Key informan : Owner Sanggar Senam Glory

1. Bisakah anda jelaskan secara singkat bagaimana strategi komunikasi yang digunakan Sanggar Senam Glory untuk menarik pelanggan?
2. Apa tujuan utama dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh Sanggar Senam Glory?
3. Apakah anda mampu memberikan informasi kepada pelanggan dengan efektif?
4. Bagaimana cara yang anda lakukan untuk memberikan informasi kepada pelanggan?
5. Informasi apa yang menurut anda paling penting untuk diketahui konsumen tentang Sanggar Senam Glory?
6. Apa yang membedakan Sanggar Senam Glory dengan Sanggar Senam lain?
7. Biasanya melalui media apa Sanggar Senam Glory direkomendasikan?
8. Apakah ada program khusus seperti pemberian reward bagi anggota yang mengajak anggota baru?
9. Apakah media sosial digunakan untuk memperkuat strategi komunikasi dari mulut ke mulut/WOM? Jika iya, bagaimana caranya?
10. Bagaimana cara Sanggar Senam Glory mengelola testimony atau ulasan dari anggota untuk meningkatkan kredibilitas?
11. Seberapa efektif strategi komunikasi WOM/mulut ke mulut dibanding dengan pemasaran lainnya seperti iklan atau promosi berbayar?
12. Apakah ada kolaborasi dengan bisnis lain atau komunitas lokal untuk meningkatkan WOM?
13. Bagaimana peran percakapan mulut ke mulut/WOM dalam menarik anggota baru ke Sanggar Senam Glory?
14. Bagaimana Sanggar Senam Glory mengukur keberhasilan WOM dalam menarik anggota baru?

15. Apa tantangan terbesar dalam menerapkan strategi WOM, dan bagaimana cara mengatasinya?
16. Apakah ada strategi khusus dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang berkesan agar mereka berbagi cerita positif?
17. Seberapa besar pengaruh rekomendasi dari teman atau keluarga dalam keputusan seseorang untuk berpartisipasi di Sanggar Senam Glory?



Informan Pendukung Anggota Sanggar Senam Glory

1. Bagaimanakah anda pertama kali mengetahui tentang Sanggar Senam Glory?
2. Menurut anda seberapa besar pengaruh rekomendasi dari teman atau keluarga dalam memutuskan untuk berpartisipasi di Sanggar Senam Glory?
3. Pernahkah anda membagikan informasi terkait Sanggar Senam Glory?
4. Apa yang membuat anda ingin merekomendasikan Sanggar Senam Glory kepada orang lain?
5. Bagaimana cara anda memberikan informasi?
6. Apakah anda pernah mengajak teman atau keluarga untuk bergabung?
7. Menurut anda, apa yang harus dilakukan Sanggar Senam Glory agar lebih banyak orang yang tertarik untuk berpartisipasi melalui percakapan mulut ke mulut?
8. Bagaimana pengalaman anda pertama kali di Sanggar Senam Glory, dan apakah itu cukup berkesan untuk anda bagikan kepada orang lain?
9. Seberapa penting faktor kenyamanan dan hubungan sosial di sanggar Senam Glory mempengaruhi keinginan anda untuk berbagi pengalaman dengan orang lain?
10. Apakah anda sering membagikan pengalaman senam di media sosial atau grup komunitas?
11. Apa saran anda untuk Sanggar Senam Glory agar strategi WOM/Komunikasi dari mulut ke mulut lebih efektif dalam menarik anggota baru?

Transkip hasil wawancara *key informan*

Narasumber : Sartika Puji Sahara

Status : *Owner/Pemilik*

Tanggal : 11 Februari 2025

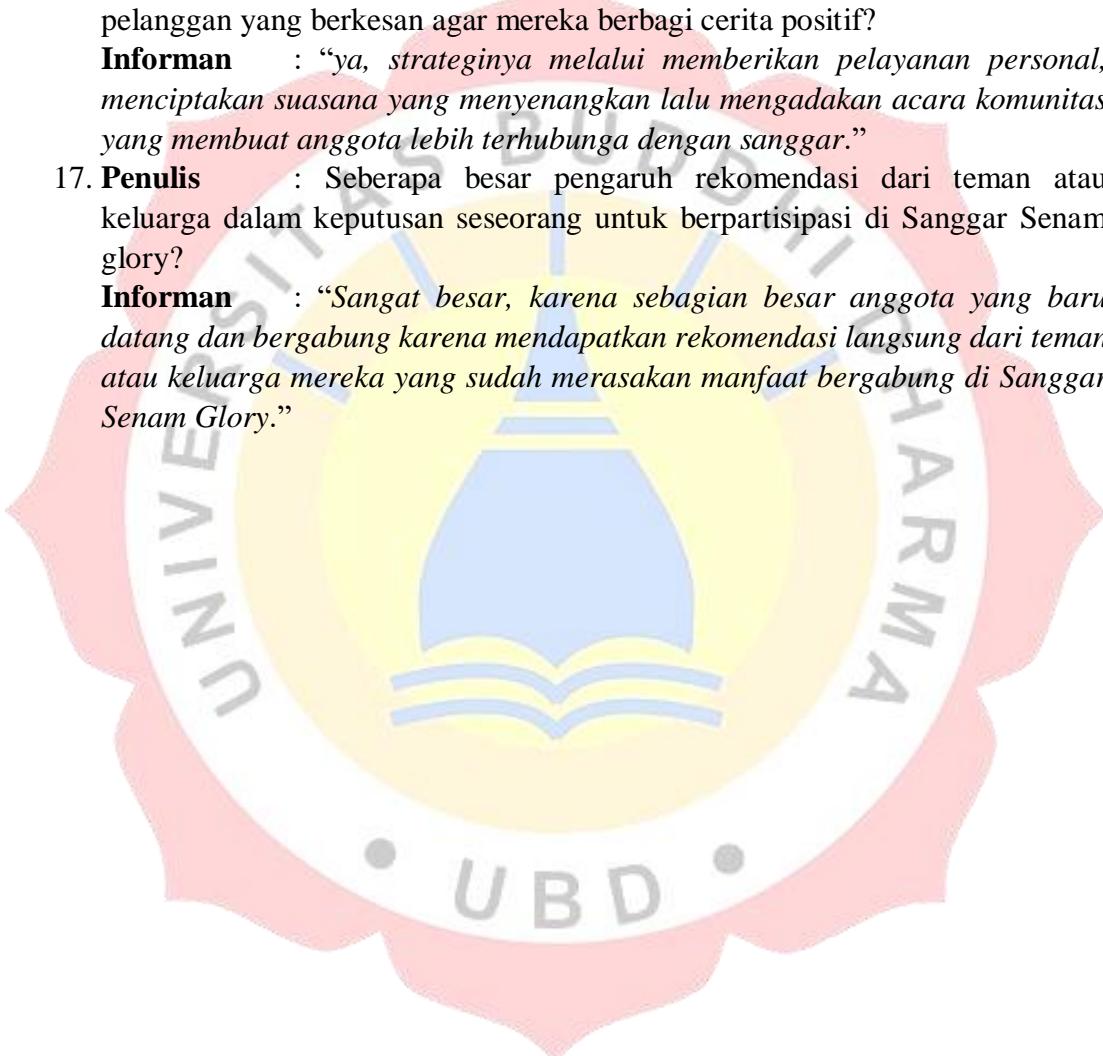
Proses : Secara Langsung

Pertanyaan Beserta dengan jawaban:

1. **Penulis** : Bisakah anda jelaskan secara singkat bagaimana strategi komunikasi yang digunakan Sanggar Senam Glory untuk menarik Pelanggan?
Informan : "Sanggar Senam Glory menggunakan strategi komunikasi dari mulut ke mulut. Komunikasi dilakukan baik dari anggota sendiri dan melalui media sosial terutama whatsapp karena kebanyakan anggotanya ibu rumah tangga."
2. **Penulis** : Apa tujuan utama dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh Sanggar Senam Glory?
Informan : "Tujuan utamanya untuk meningkatkan dan memperbanyak pelanggan dan untuk mempertahankan loyalitas anggota melalui hubungan yang kuat dan pengalaman yang berkesan."
3. **Penulis** : Apakah anda mampu memberikan informasi kepada pelanggan dengan efektif?
Informan : "ya sangat mampu, karena Sanggar Senam Glory ini memastikan kalau setiap anggota mendapat informasi yang jelas baik melalui media sosial, grup whatsapp dan komunikasi secara langsung."
4. **Penulis** : Bagaimana cara yang anda lakukan untuk memberikan informasi kepada pelanggan?
Informan : "informasi biasanya diberikan melalui postingan rutin di media sosial dan grup whatsapp anggota Sanggar Senam Glory."
5. **Penulis** : Informasi apa yang menurut anda paling penting untuk diketahui konsumen tentang Sanggar Senam Glory?
Informan : "Konsumen perlu mengetahui jadwal senam, lalu kenyamanan tempat, dan pelayanan yang diberikan serta harga yang ditawarkan masih terjangkau."
6. **Penulis** : Apakah yang membedakan Sanggar Senam Glory dengan sanggar senam lain?
Informan : "Sanggar Senam Glory memiliki komunitas yang erat, instrukturnya yang profesional, tempatnya strategis, harganya terjangkau, tempatnya luas dan bagus, dan variasi kelasnya menarik."
7. **Penulis** : Biasanya melalui media apa Sanggar Senam Glory direkomendasikan?

- Informan** : “Biasanya direkomendasikan melalui whatsapp, instagram, facebook, tiktok, akan tetapi lebih cenderung ke whatsapp karena kebanyakan anggotanya ibu-ibu serta secara langsung melalui mulut ke mulut antara anggota dengan teman maupun keluarganya.”
8. **Penulis** : Apakah ada program khusus seperti pemberian reward bagi anggota yang mengajak anggota baru?
- Informan** : “sebenarnya tidak ada, akan tetapi kalau ada anggota yang mengajak anggota baru untuk meminum minuman nutrisi akan diberikan gratis minuman nutrisi.”
9. **Penulis** : Apakah media sosial digunakan untuk memperkuat strategi komunikasi dari mulut ke mulut/WOM? Jika iya, bagaimana caranya?
- Informan** : “ya, media sosial digunakan untuk membagikan testimoni, konten senam, serta promosi khusus seperti anggota diajak untuk membagikan pengalaman mereka melalui unggahan atau story di instagram, facebook, dan whatsapp.”
10. **Penulis** : Bagaimana cara Sanggar Senam Glory mengelola testimoni atau ulasan dari anggota untuk meningkatkan kredibilitas?
- Informan** : “biasanya testimoninya di kumpulkan dan dibagikan di website sanggar dan juga diminta untuk memberikan ulasan di google dan platform lain untuk memperkuat reputasi sanggar.”
11. **Penulis** : Seberapa efektif strategi komunikasi WOM/mulut ke mulut dibandingkan dengan pemasaran lainnya seperti iklan dan promosi berbayar?
- Informan** : “strategi dari mulut ke mulut sangat efektif karena lebih dipercaya oleh calon anggota dibanding iklan berbayar serta rekomendasi dari orang terdekat memiliki pengaruh besar mengenai keputusan seseorang untuk bergabung.”
12. **Penulis** : Apakah ada kolaborasi dengan bisnis lain atau komunitas lokal untuk meningkatkan WOM?
- Informan** : “ya ada, Sanggar Senam Glory kolaborasi dengan minuman nutrisi sehat Herbalife, untuk saat ini masih Herbalife saja belum ada kolaborasi dengan bisnis lain.”
13. **Penulis** : Bagaimana peran percakapan dari mulut ke mulut/WOM dalam menarik anggota baru ke Sanggar Senam Glory?
- Informan** : “WOM berperan sebagai faktor utama dalam menarik anggota baru karena calon anggota lebih yakin dan percaya bergabung melalui pengalaman positif anggota lain.”
14. **Penulis** : Bagaimana Sanggar Senam Glory mengukur keberhasilan WOM dalam menarik anggota baru?
- Informan** : “Keberhasilan Sanggar Senam Glory diukur melalui jumlah anggota baru yang datang karena rekomendasi dan testimony positif yang diterima.”

15. **Penulis** : Apa tantangan terbesar dalam menerapkan strategi WOM, dan bagaimana cara mengatasinya?
Informan : “tantangan terbesarnya adalah memastikan pengalaman anggota tetap positif supaya mereka mau merekomendasikan sanggar. Karena semakin kita sukses semakin banyak juga yang ingin menjatuhkan. Maka dari itu, diatasi dengan meningkatkan kualitas layanan, memperhatikan kebutuhan anggotanya, dan terus meningkatkan inovasi dalam program senam.”
16. **Penulis** : Apakah ada strategi khusus dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang berkesan agar mereka berbagi cerita positif?
Informan : “ya, strateginya melalui memberikan pelayanan personal, menciptakan suasana yang menyenangkan lalu mengadakan acara komunitas yang membuat anggota lebih terhubung dengan sanggar.”
17. **Penulis** : Seberapa besar pengaruh rekomendasi dari teman atau keluarga dalam keputusan seseorang untuk berpartisipasi di Sanggar Senam glory?
Informan : “Sangat besar, karena sebagian besar anggota yang baru datang dan bergabung karena mendapatkan rekomendasi langsung dari teman atau keluarga mereka yang sudah merasakan manfaat bergabung di Sanggar Senam Glory.”



Transkip hasil wawancara informan pendukung

Informan : Ina Subadrah

Status : Anggota

Tanggal : 11 Februari 2025

Proses : Secara Langsung

Pertanyaan peneliti beserta dengan jawaban dari informan:

1. **Penulis** : Bagaimakah anda pertama kali mengetahui tentang Sanggar Senam Glory? Apakah melalui rekomendasi dari orang lain?
Informan : “*iya betul sekali, saya tahu tentang Sanggar Glory dari teman yang merekomendasikan.*”
2. **Penulis** : Menurut anda seberapa besar pengaruh rekomendasi dari teman atau keluarga dalam memutuskan untuk berpartisipasi di Sanggar Senam Glory?
Informan : “*menurut saya, lumayan membawa pengaruh karena orang yang merekomendasikan adalah orang yang saya kenal.*”
3. **Penulis** : Pernahkah anda membagikan informasi terkait Sanggar Senam Glory?
Informan : “*ya pernah, saya membagikan informasi kepada teman saya supaya mau bergabung di Sanggar Senam Glory.*”
4. **Penulis** : Apakah yang membuat anda ingin merekomendasikan Sanggar Senam Glory kepada orang lain?
Informan : “*ya karena siapa tau orang yang saya rekomendasikan mau mencoba senam dengan instruktur yang berbeda-beda.*”
5. **Penulis** : Bagaimana cara anda memberikan informasi?
Informan : “*ya cara saya dengan memposting kegiatan senam yang saya lakukan.*”
6. **Penulis** : Apakah anda pernah mengajak teman atau keluarga untuk bergabung?
Informan : “*ya, pernah supaya mereka mau bergabung ke Sanggar Senam Glory.*”
7. **Penulis** : Menurut anda apa yang harus dilakukan Sanggar Senam Glory agar lebih banyak orang yang tertarik untuk berpartisipasi melalui percakapan dari mulut-kemulut?
Informan : “*menurut saya ialah memberikan promo maupun membuat kegiatan senam gratis.*”
8. **Penulis** : Bagaimana pengalaman anda pertama kali di Sanggar Senam Glory, dan apakah itu cukup berkesan untuk anda bagikan kepada orang lain?
Informan : “*ya, sangat cukup berkesan karena Sanggar Senam Glory memiliki instruktur senam yang banyak dan juga dengan cara dan gayanya masing-masing.*”

9. **Penulis** : Seberapa penting faktor kenyamanan dan hubungan sosial di Sanggar Senam Glory?

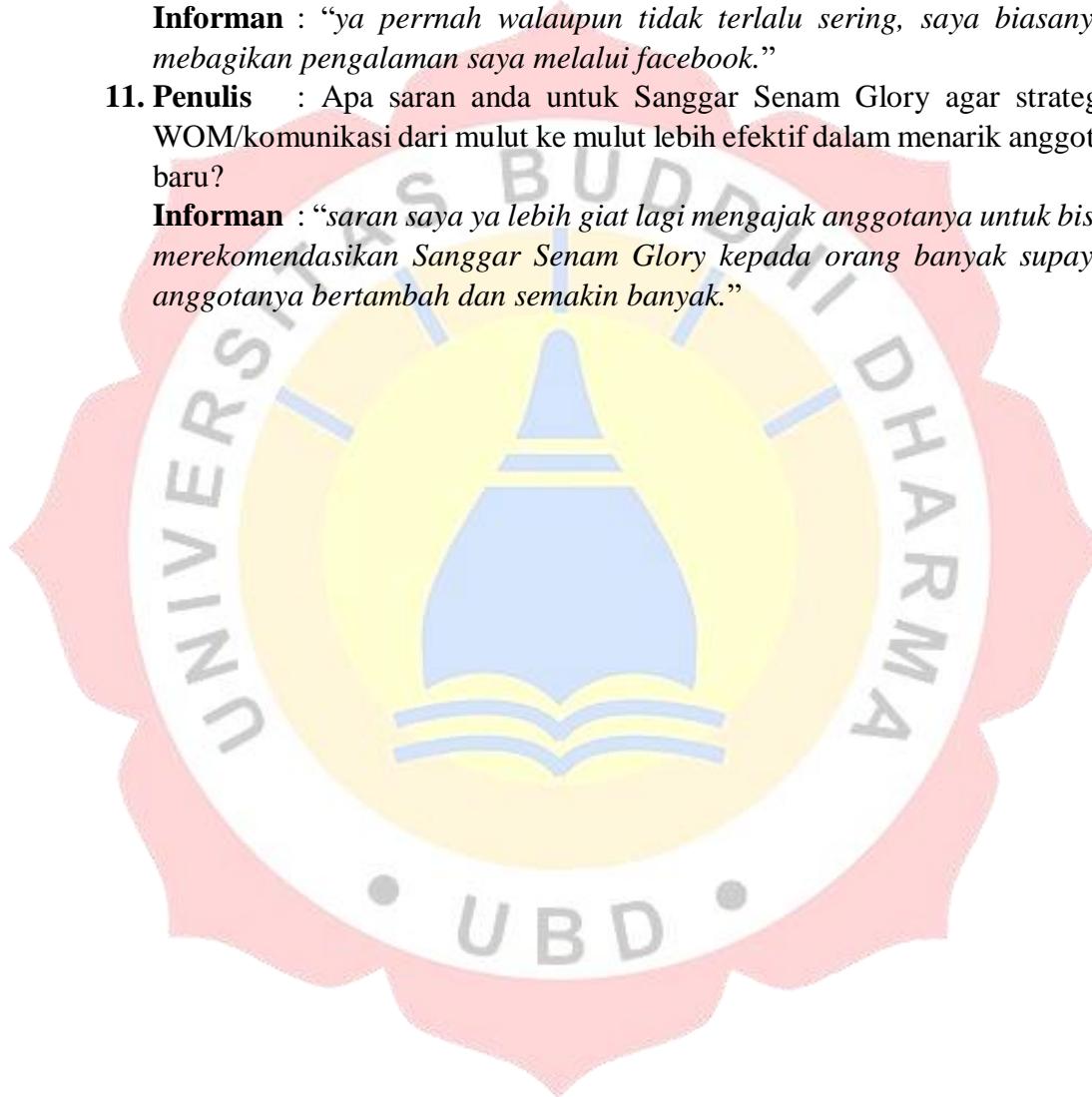
Informan : “*sangat penting, karena Sanggar Senam Glory tempatnya luas, sangat nyaman serta fasilitas dan alat-alat senam yang disediakan sanggar glory cukup membantu untuk tambahan aktivitas senam.*”

10. **Penulis** : Apakah anda sering membagikan pengalaman senam di media sosial atau grup komunitas?

Informan : “*ya perrnah walaupun tidak terlalu sering, saya biasanya mebagikan pengalaman saya melalui facebook.*”

11. **Penulis** : Apa saran anda untuk Sanggar Senam Glory agar strategi WOM/komunikasi dari mulut ke mulut lebih efektif dalam menarik anggota baru?

Informan : “*saran saya ya lebih giat lagi mengajak anggotanya untuk bisa merekomendasikan Sanggar Senam Glory kepada orang banyak supaya anggotanya bertambah dan semakin banyak.*”



Transkip hasil wawancara informan pendukung

Informan : Sunaenah

Status : Anggota

Tanggal : 11 Februari 2025

Proses : Secara Langsung

Pertanyaan peneliti beserta dengan jawaban dari informan:

1. **Penulis** : Bagaimanakah anda pertama kali mengetahui tentang Sanggar Senam Glory? Apakah melalui rekomendasi dari orang lain?

Informan : “*saya pertama kali mengetahui Sanggar Senam Glory dari teman yang sudah lebih dulu bergabung, karena dia sering bercerita tentang pengalaman senamnya yang menyenangkan dan banyak manfaatnya bagi kesehatan.*”

2. **Penulis** : Menurut anda seberapa besar pengaruh rekomendasi dari teman atau keluarga dalam memutuskan untuk berpartisipasi di Sanggar Senam Glory?

Informan : “*pengaruhnya cukup besar, karena saya lebih percaya rekomendasi dari orang yang saya kenal dibandingkan iklan. Jadi jika teman atau keluarga saya merasa puas, saya juga jadi lebih tertarik untuk mencoba.*”

3. **Penulis** : Pernahkah anda membagikan informasi terkait Sanggar Senam Glory?

Informan : “*ya saya pernah membagikan informasi tentang sanggar Glory kepada teman-teman saya apalagi yang sangat suka olahraga dan ingin hidup sehat.*”

4. **Penulis** : Apakah yang membuat anda ingin merekomendasikan Sanggar Senam Glory kepada orang lain?

Informan : “*Saya merasa senam di Sanggar Glory sangat menyenangkan karena instrukturnya ramah, suasannya nyaman dan hasilnya terasa ditubuh saya maka dari itu saya ingin orang lain juga merasakan manfaatnya.*”

5. **Penulis** : Bagaimana cara anda memberikan informasi?

Informan : “*Biasanya saya bercerita langsung kepada teman-teman, berbagi pengalaman di grup whatsapp dan juga sesekali mengunggah senam saya di Facebook.*”

6. **Penulis** : Apakah anda pernah mengajak teman atau keluarga untuk bergabung?

Informan : “*ya, saya pernah mengajak teman untuk ikut kelas trial dan beberapa dari mereka akhirnya mendaftar sebagai anggota tetap.*”

7. **Penulis** : Menurut anda apa yang harus dilakukan Sanggar Senam Glory agar lebih banyak orang yang tertarik untuk berpartisipasi melalui percakapan dari mulut-kemulut?

- Informan** : “mungkin menurut saya mencoba untuk membuat event senam gratis sese kali, dan memberikan promo harga .”
8. **Penulis** : Bagaimana pengalaman anda pertama kali di Sanggar Senam Glory, dan apakah itu cukup berkesan untuk anda bagikan kepada orang lain?
- Informan** : “Pengalaman pertama sangat menyenangkan karena saya disambut dengan hangat oleh owner, instruktur, dan anggota lain maka dari itu saya ingin membagikannya kepada orang lain.”
9. **Penulis** : Seberapa penting faktor kenyamanan dan hubungan sosial di Sanggar Senam Glory?
- Informan** : “sangat penting, jika saya merasa nyaman dan memiliki hubungan sosial yang baik dengan sesama anggota, saya akan lebih termotivasi untuk merekomendasikan Sanggar Glory kepada orang lain.”
10. **Penulis** : Apakah anda sering membagikan pengalaman senam di media sosial atau grup komunitas?
- Informan** : “tidak terlalu sering, tetapi jika ada kelas yang menarik atau saya merasa sangat puas dengan hasil senamn saya akan membagikannya di media sosial atau grup Whatshaap.”
11. **Penulis** : Apa saran anda untuk Sanggar Senam Glory agar strategi WOM/komunikasi dari mulut ke mulut lebih efektif dalam menarik anggota baru?
- Informan** : “Sanggar bisa lebih aktif mendorong anggota untuk berbagi pengalaman dan juga menyediakan testimonial video dari anggota yang merasa puas.”

Transkip hasil wawancara informan pendukung

Informan : Nuraeni

Status : Anggota

Tanggal : 12 Februari 2025

Proses : Secara Langsung

Pertanyaan peneliti beserta dengan jawaban dari informan:

1. **Penulis** : Bagaimanakah anda pertama kali mengetahui tentang Sanggar Senam Glory? Apakah melalui rekomendasi dari orang lain?
Informan : "iya, saya tau Sanggar Senam Glory dari orang yang lebih dulu ikut senam di Sanggar Glory dan akhirnya saya tertarik untuk mengikuti senam di Sanggar Glory."
2. **Penulis** : Menurut anda seberapa besar pengaruh rekomendasi dari teman atau keluarga dalam memutuskan untuk berpartisipasi di Sanggar Senam Glory?
Informan : "Sangat besar sekali pengaruhnya menurut saya karena selain kita bisa menambah pengalaman, juga membuat kita sadar akan pentingnya berolahraga."
3. **Penulis** : Pernahkah anda membagikan informasi terkait Sanggar Senam Glory?
Informan : "pernah, saya merekomendasikan kalau Sanggar Glory iru bagus dan nyaman."
4. **Penulis** : Apakah yang membuat anda ingin merekomendasikan Sanggar Senam Glory kepada orang lain?
Informan : "Saya merekomendasikan karena ingin mengajak orang banyak untuk hidup sehat dan supaya tau kalau berolahraga itu sangat penting"
5. **Penulis** : Bagaimana cara anda memberikan informasi?
Informan : "biasanya saya mengajak langsung supaya datang dan ikut senam di Sanggar Glory."
6. **Penulis** : Apakah anda pernah mengajak teman atau keluarga untuk bergabung?
Informan : "pernah, dan semua orang yang saya ajak senam merasa nyaman dan ketagihan untuk ikut senam."
7. **Penulis** : Menurut anda apa yang harus dilakukan Sanggar Senam Glory agar lebih banyak orang yang tertarik untuk berpartisipasi melalui percakapan dari mulut-kemulut?
Informan : "Menurut saya intinya saling support satu sama lain tanpa membedakan anggota lama dan anggota baru."
8. **Penulis** : Bagaimana pengalaman anda pertama kali di Sanggar Senam Glory, dan apakah itu cukup berkesan untuk anda bagikan kepada orang lain?

- Informan** : “*Pengalaman pertama saya itu selalu penasaran maka dari itu, saya ingin terus mencoba senam di sanggar Glory.*”
9. **Penulis** : Seberapa penting faktor kenyamanan dan hubungan sosial di Sanggar Senam Glory?
- Informan** : “*sangat penting, ya karena bisa membuat para anggota betah dan tidak merasa canggung.*”
10. **Penulis** : Apakah anda sering membagikan pengalaman senam di media sosial atau grup komunitas?
- Informan** : “*sering, bahkan hampir setiap senam saya selalu membagikan di sosial media terutama di status whatsapp.*”
11. **Penulis** : Apa saran anda untuk Sanggar Senam Glory agar strategi WOM/komunikasi dari mulut ke mulut lebih efektif dalam menarik anggota baru?
- Informan** : “*semakin meningkatkan pelayanannya supaya anggotanya betah dan dapat menarik anggota baru untuk bergabung.*”

Transkip hasil wawancara informan pendukung

Informan : Lina

Status : Anggota

Tanggal : 12 Februari 2025

Proses : Secara Langsung

Pertanyaan peneliti beserta dengan jawaban dari informan:

1. **Penulis** : Bagaimanakah anda pertama kali mengetahui tentang Sanggar Senam Glory? Apakah melalui rekomendasi dari orang lain?
Informan : "iya, saya mengetahui Sanggar Senam Glory dari teman."
2. **Penulis** : Menurut anda seberapa besar pengaruh rekomendasi dari teman atau keluarga dalam memutuskan untuk berpartisipasi di Sanggar Senam Glory?
Informan : "Menurut saya besar, karena rekomendasi yang diberikan cenderung positif terkait Sanggar Senam Glory."
3. **Penulis** : Pernahkah anda membagikan informasi terkait Sanggar Senam Glory?
Informan : "iya pernah, saya membagikan informasi mengenai Sanggar Senam Glory ke teman-teman saya yang belum tau Sanggar Glory."
4. **Penulis** : Apakah yang membuat anda ingin merekomendasikan Sanggar Senam Glory kepada orang lain?
Informan : "karena selama saya di Sanggar Glory saya melihat tempatnya nyaman dan bagus serta luas juga."
5. **Penulis** : Bagaimana cara anda memberikan informasi?
Informan : "saya memberikan informasi kepada orang lain melalui percakapa dari mulut ke mulut"
6. **Penulis** : Apakah anda pernah mengajak teman atau keluarga untuk bergabung?
Informan : "iya, pernah dan saya menyarankan untuk datang ke Sanggar Glory karena tempatnya strategis."
7. **Penulis** : Menurut anda apa yang harus di lakukan Sanggar Senam Glory agar lebih banyak orang yang tertarik untuk berpartisipasi melalui percakapan dari mulut-kemulut?
Informan : "Menurut saya Sanggar Senam Glory perlu lebih giat lagi untuk menginformasikan kebanyak orang"
8. **Penulis** : Bagaimana pengalaman anda pertama kali di Sanggar Senam Glory, dan apakah itu cukup berkesan untuk anda bagikan kepada orang lain?
Informan : "ya saya sangat senang sekali dan sangat berkesan untuk diberitahukan kepada orang lain."
9. **Penulis** : Seberapa penting faktor kenyamanan dan hubungan sosial di Sanggar Senam Glory?

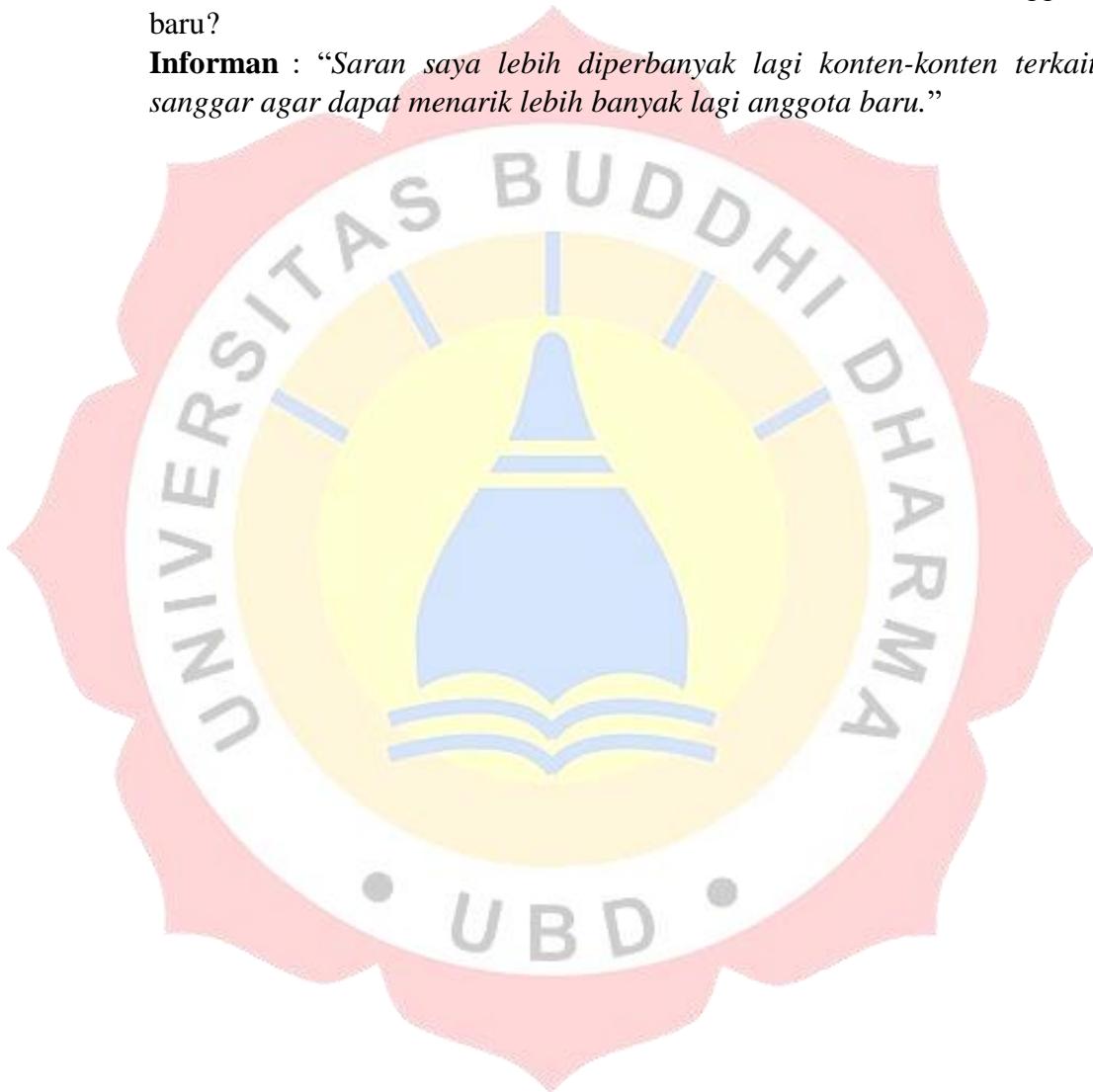
Informan : “Sangat penting karena tempatnya nyaman dan guru-guru yang mengajar di Sanggar Glory sangat baik dan menyenangkan.”

10. **Penulis** : Apakah anda sering membagikan pengalaman senam di media sosial atau grup komunitas?

Informan : “iya pernah, saya membagikannya melalui status whatsapp”

11. **Penulis** : Apa saran anda untuk Sanggar Senam Glory agar strategi WOM/komunikasi dari mulut ke mulut lebih efektif dalam menarik anggota baru?

Informan : “Saran saya lebih diperbanyak lagi konten-konten terkait sanggar agar dapat menarik lebih banyak lagi anggota baru.”



Transkip hasil wawancara informan pendukung

Informan : Umi

Status : Anggota

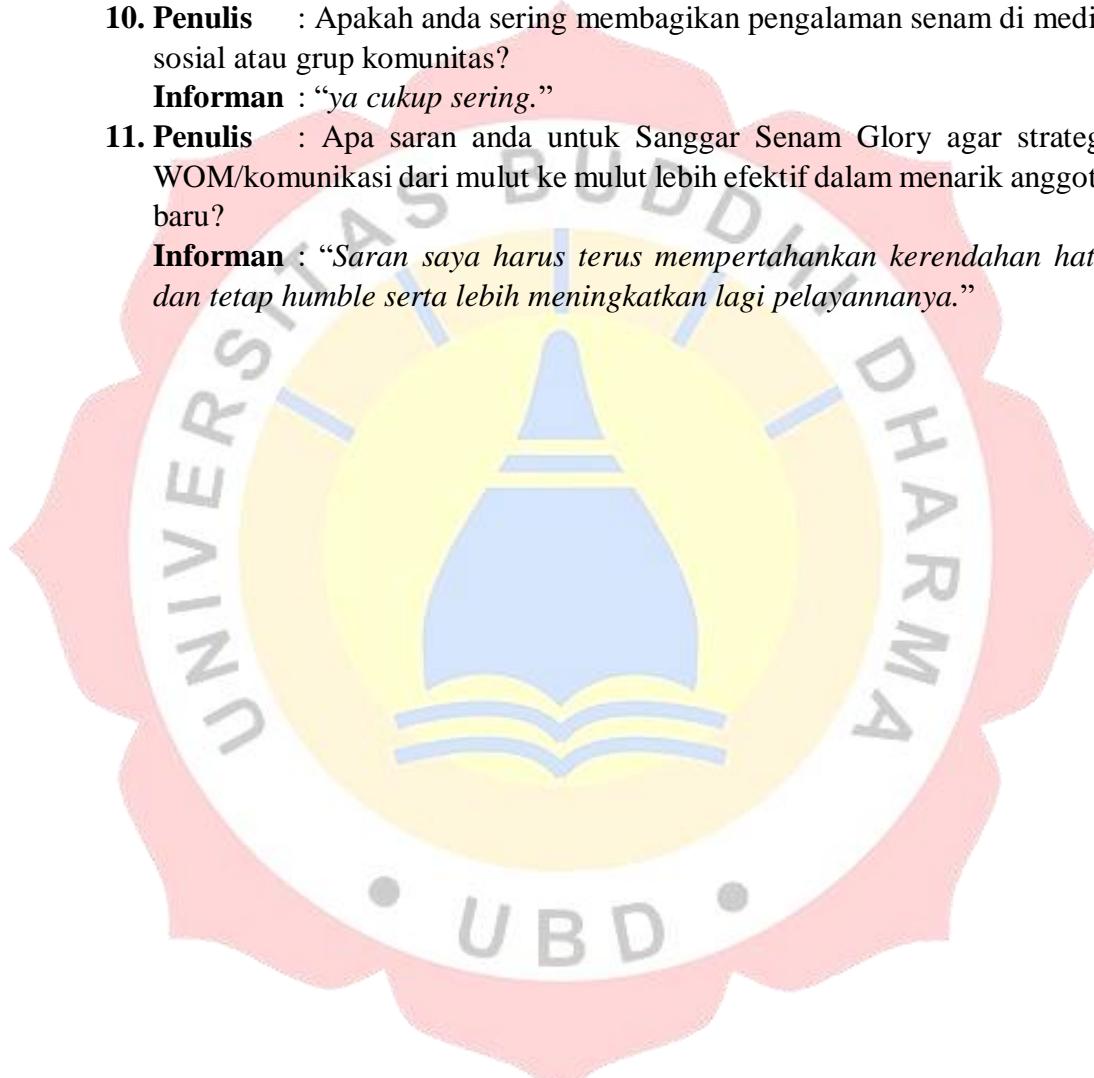
Tanggal : 12 Februari 2025

Proses : Secara Langsung

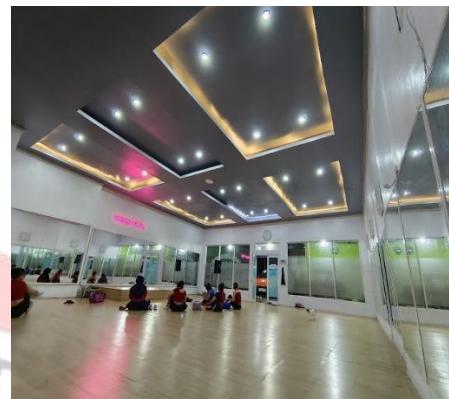
Pertanyaan peneliti beserta dengan jawaban dari informan:

1. **Penulis** : Bagaimakah anda pertama kali mengetahui tentang Sanggar Senam Glory? Apakah melalui rekomendasi dari orang lain?
Informan : “*iya benar sekali, saya mengetahui tentang Sanggar Glory dari teman saya yang lebih dulu bergabung.*”
2. **Penulis** : Menurut anda seberapa besar pengaruh rekomendasi dari teman atau keluarga dalam memutuskan untuk berpartisipasi di Sanggar Senam Glory?
Informan : “*menurut saya, sangat besar pengaruhnya karena teman pasti selalu merekomendasikan tempat yang bagus dan nyaman.*”
3. **Penulis** : Pernahkah anda membagikan informasi terkait Sanggar Senam Glory?
Informan : “*Pernah, sangat sering bahkan karena saya merasa nyaman lalu saya merekomendasikan kepada orang*”
4. **Penulis** : Apakah yang membuat anda ingin merekomendasikan Sanggar Senam Glory kepada orang lain?
Informan : “*Tentunya karena tempatnya bagus, nyaman dan harganya juga masih terjangkau serta tempatnya sangat strategis*”
5. **Penulis** : Bagaimana cara anda memberikan informasi?
Informan : “*ya dengan bercerita, mengajak dan berbagi jadwal kepada orang lain.*”
6. **Penulis** : Apakah anda pernah mengajak teman atau keluarga untuk bergabung?
Informan : “*ya pernah, karena Sanggar Glory berbeda dari sanggar senam lain.*”
7. **Penulis** : Menurut anda apa yang harus di lakukan Sanggar Senam Glory agar lebih banyak orang yang tertarik untuk berpartisipasi melalui percakapan dari mulut-kemulut?
Informan : “*Menurut saya, lebih di gencarkan lagi menginformasikan Sanggar Glory baik melalui komunikasi dari mulut ke mulut maupun melalui media sosial.*”
8. **Penulis** : Bagaimana pengalaman anda pertama kali di Sanggar Senam Glory, dan apakah itu cukup berkesan untuk anda bagikan kepada orang lain?

- Informan** : “Sangat-sangat berkesan karena selain tempatnya bagus, anggota senamnya juga baik dan mau bersosialisasi dengan anggota baru dan tidak hanya anggota lama saja.”
9. **Penulis** : Seberapa penting faktor kenyamanan dan hubungan sosial di Sanggar Senam Glory?
- Informan** : “Menurut saya sangat penting, karena kalau tempatnya nyaman orang akan betah”
10. **Penulis** : Apakah anda sering membagikan pengalaman senam di media sosial atau grup komunitas?
- Informan** : “ya cukup sering.”
11. **Penulis** : Apa saran anda untuk Sanggar Senam Glory agar strategi WOM/komunikasi dari mulut ke mulut lebih efektif dalam menarik anggota baru?
- Informan** : “Saran saya harus terus mempertahankan kerendahan hati, dan tetap humble serta lebih meningkatkan lagi pelayannanya.”



1. Tempat dan suasana Sanggar Senam Glory



2. Suasana setelah senam Sanggar Glory



3. Kegiatan wawancara





UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Kreativitas Membangkitkan Inovasi

No : 115/I/FSH/II/2025
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Magang

Yth.

Ibu Sartika Puji Sahara
Pemilik Sanggar Senam Glory
Jalan Grand Duta Gebang Raya,
Tangerang

Dengan hormat,

Dalam rangka mewujudkan keterkaitan dan kesepadan (*link and match*) antara Pendidikan tinggi dengan dunia usaha, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma wajibkan mahasiswa untuk mengikuti magang di instansi pemerintah maupun swasta. Sehubungan dengan hal tersebut, kami memohon Ibu untuk memberikan izin bagi mahasiswa kami melaksanakan magang di Sanggar Senam Glory dari bulan Oktober 2024 sampai dengan Februari 2025.

Mahasiswa yang akan melakukan magang tersebut adalah:

Nama : Titania Eurenia Marpaung
NIM : 20200400030
Semester : IX (9)
Prodi : Ilmu Komunikasi

Demikian surat permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerja samanya kami mengucapkan terima kasih.

Tangerang, 4 Februari 2025

Hormat kami,


Dr. Sonya Ayu Kumala, S.Hum., M.Hum.
Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora

Tembusan:
1. Arsip



**UNIVERSITAS
BUDDHI DHARMA**

Kreativitas Membangkitkan Inovasi

March 7th, 2025

Editor Explanation:

Dear Titania,
Thank you for your trust in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID	:	20200400030
Faculty/Study Program	:	Social Sciences & Humanities/Communication Sciences
Title	:	Strategi Word of Mouth dalam Meningkatkan Partisipasi Berolahraga di Sanggar Senam GLORY Komplek Grand Duta Tangerang
Type	:	Thesis

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

Word Count	:	9251
Character Count	:	59731
Similarity Index	:	21%
Internet Source	:	20%
Publication	:	4%
Student Paper	:	5%
Exclude quotes	:	Off
Exclude bibliography	:	Off
Exclude matches	:	Off

This report provides results of literature similarity assessment, if the results show an 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,

Shenny Ayunuri Beata Sitinjak, S.S., M.M., M.Hum.
Faculty of Social Sciences and Humanities
Buddhi Dharma University (UBD)



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang
021 5517853 / 021 5506822 admin@buddhidharma.ac.id

KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM	: 20200400030
Nama Mahasiswa	: TITANIA EURENIA MARPAUNG
Fakultas	: Sosial dan Humaniora
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Jenjang	: Strata Satu
Tahun Akademik/Semester	: 2024/2025 Genap
Dosen Pembimbing	: Suryadi Wardiana, M.I.Kom
Judul Skripsi	: Peran Strategi Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Partisipasi Berolahraga di Sanggar Senam Glory Komplek Grand Duta Tangerang

Tanggal	Catatan	Paraf
2024-10-22	Pengarahan Skripsi terkait Sistematika Penulisan	h
2024-10-30	Pengajuan Judul Penelitian	h
2024-12-03	ACC Judul Lanjut Pengajaran Penelitian	h
2024-12-16	Pengajuan BAB 1 dan Revisi BAB 1	h
2025-01-08	ACC BAB 1 dan Pengajuan BAB 2	h
2025-01-13	Pengajuan BAB 2 dan Revisi BAB 2	h
2025-01-18	ACC BAB 2 dan Pengajuan BAB 3	h
2025-01-22	Pengajuan BAB 3 dan Revisi BAB 3	h
2025-01-30	ACC BAB 3 dan Pembuatan Pedoman Wawancara	h
2025-02-03	ACC Pedoman Wawancara dan Lanjut BAB 4	h
2025-02-10	Pengajuan BAB 4 dan Revisi , .	h
2025-02-14	BAB 4 ACC dan BAB 5 Revisi dan Pengajuan Lampiran	h
2025-02-18	ACC Keseluruhan dan Maju Sidang	h

Mengetahui
Ketua Program Studi



Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom

Tangerang, 18 February 2025

Pembimbing



Suryadi Wardiana, M.IKom

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Titania Eurenia Marpaung
Tempat/tanggal Lahir : Bangun Jawa, 19 November 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Kristen Protestan
Alamat Domisili : Jalan Kenanga 2 Blok C9 No.30, Taman Cibodas, Tangerang, Banten.
Email : titaniaeurenia@gmail.com
Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
Program Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Sosial dan Humaniora
Universitas : Universitas Buddhi Dharma

B. PENDIDIKAN FORMAL

Tahun 2008-2014 : SD Negeri 096124 Manik Maraja
Tahun 2014- 2017 : SMP Negeri 3 Pematang Siantar
Tahun 2017-2020 : SMK Bonavita Tangerang
Tahun 2020-sekarang : Universitas Buddhi Dharma