

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Bidang Studi Marketing Communication
Endah Pratiwi
44308120071

Aktivitas *Word Of Mouth Marketing* Depot Rawon Setan Embong Malang di Surabaya

Jumlah halaman : x + 70 halaman +11 lampiran

Bibliografi : 28 acuan, Tahun 1997-2010

ABSTRAKSI

Perusahaan skala kecil yang di sebut UMKM(usaha mikro kecil menengah) banyak berkembang terutama dalam bisnis kuliner atau makanan. Rawon setan dengan UMKM-nya juga memiliki beberapa aktivitas dalam menggunakan promosi *word of mouth marketing*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas *word of mouth marketing* rawon setan embong malang di surabaya.

Teori yang di gunakan dalam penelitian ini adalah teori Ali Hasan ”*Word of mouth marketing*”⁴ hal yang dibicarakan orang tentang produk atau jasa dan di mana orang-orang yang memberikan informasi dan membuat rekomendasi jujur kepada orang lain tentang merek, produk(barang/jasa) dan layanan.

Jenis penelitian adalah kualitatif dengan metode pendekatan deskriptif dengan menggunakan metode penelitian studi kasus,nara sumber yang terlibat didalam 7 orang bahkan salah satunya sebagai jurnalis peliput kuliner di surabaya.Teknik analisa data yang di peroleh dari key informan dan informan serta di kembangkan menjadi teori melalui wawancara dan pengamatan langsung.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa munculnya WOMM positif yang menjadikan depot rawon setan menjadi pembicaraan dan disampaikan banyak orang sebagai kuliner khas surabaya karena kualitas rasa dan pelayanan yang memuaskan. Kesimpulannya depot rawon setan melakukan *aktivitas word of mouth marketingnya* dengan menjaga kualitas rasa dan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan yang pada akhirnya WOMM positif tercipta.