

**EVALUASI KOMUNIKASI PEMASARAN (WORD OF MOUTH) YANG
BERDAYA SAING PADA EVENT ORGANIZER PT SPARKLING
GLOBAL CORPORINDO**

SCRIPTPRENEUR

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Manajemen

Oleh:

Allia Hidayatus Saniyah

202010160311532

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

EVALUASI KOMUNIKASI PEMASARAN (WORD OF MOUTH)

YANG BERDAYA SAING PADA EVENT ORGANIZER

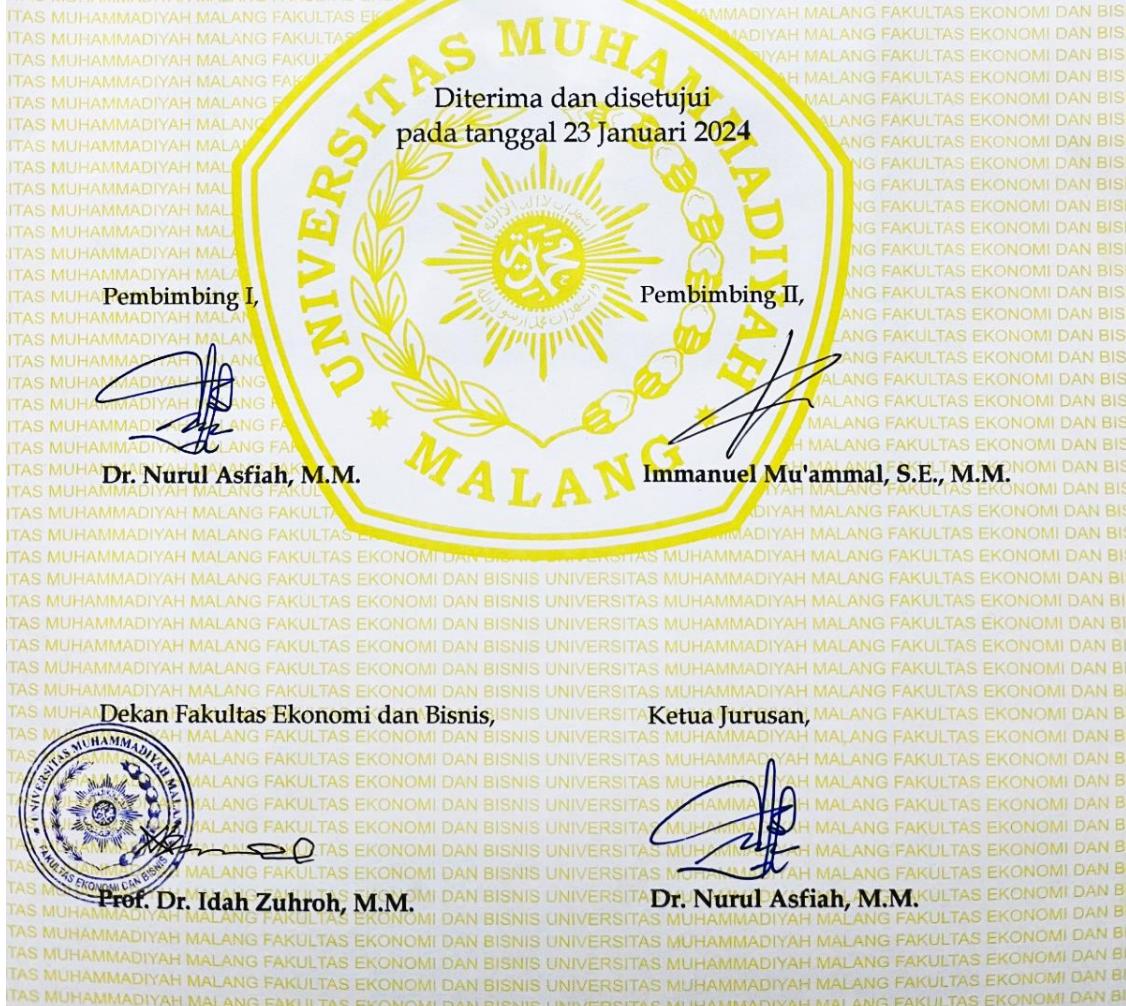
PT SPARKLING GLOBAL CORPORINDO

Oleh:

Allia Hidayatus Saniyah

202010160311532

Diterima dan disetujui
pada tanggal 23 Januari 2024



LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

EVALUASI KOMUNIKASI PEMASARAN (WORD OF MOUTH) YANG BERDAYA SAING PADA EVENT ORGANIZER

PT SPARKLING GLOBAL CORPORINDO

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Allia Hidayatus Saniyah

NIM : 202010160311532

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan pengaji pada tanggal 23 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Pengaji:

Pengaji I : Dr. Marsudi, M.M.

Pengaji II : Ratya Shafira Arifiani, S.AB., M.M.

Pengaji III : Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.

Pengaji IV : Dr. Nurul Asfiah, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Allia Hidayatus Saniyah

NIM : 202010160311532

Program Studi : Manajemen

E-mail : alliasan01@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Scriptpreneur ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (refrensi) dalam scriptpreneur ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 17 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Allia Hidayatus Saniyah

**EVALUATION OF COMPETITIVE MARKETING COMMUNICATION
(WORD OF MOUTH) AT EVENT ORGANIZER PT SPARKLING
GLOBAL CORPORINDO**

Allia Hidayatus Saniyah, Dr. Nurul Asfiah, M.M, Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M

Department of Management, University of Muhammadiyah Malang

E-mail: alliasan01@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to find out word of mouth marketing communication strategies to increase the competitiveness of event organizer PT Sparkling Global Corporindo. This research was conducted at PT Sparkling Global Corporindo, the type of research used was descriptive with a qualitative approach. Data collection was carried out in three ways, namely, the first method using interviews with internal Sparkling parties and interviews with external Sparkling parties who had collaborated previously, the second method using observation or direct observation when the research was carried out, the last method using documentation. The data analysis method is carried out in three stages, namely data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of this research are that word of mouth as a marketing communication media has been effectively carried out so far by Sparkling's external and internal parties. Positive dissemination of information by external parties or partners who have collaborated with Sparkling is able to attract the interest of new clients, especially corporates, to collaborate with Sparkling.

Keywords: Word of Mouth, Competitiveness, Event Organizer

EVALUASI KOMUNIKASI PEMASARAN (WORD OF MOUTH) YANG BERDAYA SAING PADA EVENT ORGANIZER PT SPARKLING GLOBAL CORPORINDO

Allia Hidayatus Saniyah, Dr. Nurul Asfiah, M.M, Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang

E-mail: alliasan01@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui evaluasi komunikasi pemasaran (*word of mouth*) yang berdaya saing pada event organizer PT Sparkling Global Corporindo. Penelitian ini dilakukan di PT Sparkling Global Corporindo, jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara yaitu, yang pertama dengan menggunakan metode wawancara pihak *internal* Sparkling dan wawancara pihak *eksternal* Sparkling yang pernah melakukan kerja sama sebelumnya, metode kedua dengan observasi atau pengamatan langsung saat penelitian dilakukan, metode yang terakhir dengan dokumentasi. Metode analisis data yang dilakukan dengan tiga tahap yaitu reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini yaitu *word of mouth* sebagai media komunikasi pemasaran sudah efektif dilakukan selama ini oleh pihak *eksternal* dan *internal* Sparkling. Penyebaran informasi secara positif oleh pihak luar ataupun mitra yang sudah melakukan kerja sama dengan Sparkling mampu menarik minat klien baru khususnya *corporate* untuk melakukan kerja sama dengan Sparkling.

Kata Kunci: *Word of Mouth, Daya Saing, Event Organizer*

KATA PENGANTAR

Bismillahirohmanirrohim

Puji syukur yang teramat mendalam saya ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayah, rahmat dan taufiq-Nya, sehingga Scriptpreneur dengan judul “Evaluasi Komunikasi Pemasaran (Word of Mouth) Yang Berdaya Saing Pada Event Organizer PT Sparkling Global Corporindo”, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Teriring do'a dan sholawat, senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do'a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada', para mushonnifin, para ulama', dan seluruh umatnya, yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan Scriptpreneur ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Fauzan., M. Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Ibu Dr. Idah Zuhroh., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Ibu Dr. Nurul Asfiah., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Ibu Dr. Nurul Asfiah., M.M. dan Bapak Immanuel Mu'ammal., S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenaan meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, pengarahan, dan dukungan serta solusi pada setiap permasalahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Marsudi., M.M selaku Ketua Dewan Pengaji dan Ibu Ratya Shafira A., S. AB., M.M selaku Dewan Pengaji 2 yang telah berkenaan meluangkan

waktu di tengah kesibukannya untuk menguji sekaligus memberikan arahan dan dukungan pada proses penulisan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis selama ini.
7. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta yaitu Bapak M. Sihono dan Ibu Siti Aminah serta Kakak Nilta Farikha yang selama ini telah mendoakan dan selalu memberikan dukungan baik secara moral maupun materil yang sangat bermanfaat untuk penulis selama perkuliahan maupun dalam proses penyusunan skripsi berlangsung hingga akhir.
8. Terima kasih kepada Bapak Andika Pratama Putra selaku pimpinan PT Sparkling Global Coporindo, Bapak Hendra Gunawan selaku pimpinan Tridaya Creative Agency yang telah memberikan kesempatan penulis untuk magang dan melakukan penelitian skripsi ini.
9. Kepada mentor di PT Sparkling Global Coporindo yaitu Mas Edo, Mas Aris dan Mba Sela. Terima kasih sudah memberikan bimbingan juga arahan selama melaksanakan magang dan proses penelitian skripsi ini. Serta seluruh pegawai PT Sparkling Global Corporindo dan Tridaya Creative Agency yang memberikan ilmu bermanfaat bagi penulis selama magang.
10. Ucapan terima kasih mendalam penulis berikan kepada sahabat yang sudah menemani susah senang di bangku perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini, yaitu Anindita Zaky Walida, Dewi Sinta Puspitasari, dan Alifa Melati. Semangat, doa, harapan dan bantuan yang diberikan kepada penulis akan selalu meninggalkan kesan yang mendalam.
11. Teman-teman kelompok magang COE Event Organizer yaitu Naufal, Rakan, Tara, dan Omar yang telah menemani dan menyemangati penulis dalam menyusun tugas akhir ini dengan baik, maka penulis sampaikan terima kasih.
12. Fitri Apriliana, Mushawwir Annur, Hamnatul Milla, Dyah Ayu, Arum Kusuma, Aurora Wanda, tanpa adanya arahan dari teman-teman tersebut tugas akhir penulis tidak akan dibuat sebaik ini.

13. Sahabat dari bangku sekolah Laila Fitria dan Hasna Kurnia yang tetap memberikan semangat kepada penulis untuk bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Dan kepada Ling-ling teman yang baru saja penulis kenal, terima kasih untuk dukungan semangatnya.
14. Seluruh teman-teman kelas J dan Kelas COE yang selalu memberikan dukungan berupa motivasi serta doa untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan, pengalaman dan kerjasamanya selama perkuliahan dan penyelesaian tugas akhir ini.
15. Ibu Ana, Mas Salim dan Mas Adit selaku TU Prodi Manajemen yang sudah membantu dan memberikan arahan selama perkuliahan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Ucapan terima kasih penulis berikan kepada diri sendiri yang sudah bertahan dari naik turunnya emosi saat mengerjakan tugas akhir, motivasi dan semangat untuk terus bertahan hidup saat jauh dari keluarga, serta badan sehat dan jiwa yang kuat untuk terus menjalani hari dengan penuh semangat.

Hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat penulis persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada penulis, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin Yaa Robbal Aallamiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, penulis persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat penulis harapkan untuk penyempurnaan karya-karya selanjutnya. Terima kasih.

Malang, 17 Januari 2024

Penulis,

Allia Hidayatus Saniyah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1Latar Belakang	1
1.2Rumusan Masalah	7
1.3Tujuan Penulisan	7
1.4Manfaat Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 <i>Event Organizer</i>	9
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	10
2.3 <i>Word of Mouth</i>	11
2.4. Daya Saing	16
2.5 Penelitian Terdahulu	18
2.6 Kerangka Konseptual Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	21
3.2 Lokasi Penelitian	21
3.3 Subyek Penelitian	21
3.4 Fokus Penelitian	22
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.6 Metode Analisis Data.....	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	26
4.2 Analisis Hasil.....	28
4.3 Pembahasan	36
BAB V PENUTUP.....	39
5.1 Kesimpulan.....	39

5.2 Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA.....	41
LAMPIRAN.....	44
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	61



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Informasi Narasumber	23



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Pemikiran	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Kegiatan Selama Magang	44
Lampiran 2 Data Wawancara	46
Lampiran 3 Surat Pernyataan Bebas Plagiasi	61



DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A. (2015). *Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta)*. 9(September), 43–54.
- Amalia. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Event Organizer silent studio medan dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan*. 7.
- Asmara, A. Y., & Rahayu, S. (2013). Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil Menengah Melalui Inovasi Dan Pemanfaatan Jaringan Sosial: Pembelajaran Dari Klaster Industri Software Di India. Seminar Nasional & Call For Papers (Sca-3), (2005). Retrieved From <Http://Jp.Feb.Unsoed.Ac.Id/Index.Php/Sca-1/Article/Viewfile/254/259>
- Farida, Prabowo, H. A., Wardhani, D., & Husnur, A. (2019). Pengaruh Word of Mouth Melalui Strategi Internal Branding Di Perguruan Tinggi Swasta Indonesia. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 174. <https://doi.org/10.22441/mix.2019.v9i1.011>
- Goldblatt, Joe. 2014. *Special Events*. Fifth Edition. New York: John Wiley and Sons
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word of Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 5-23
- Juniansyah, B. D., Susanto, E. R., & Wahyudi, A. D. (2020). Pembuatan E-Commerce Pemesanan Jasa Event Organizer Untuk Zero Seven Entertainment. *Jurnal Tekno Kompak*, 14(1), 41. <https://doi.org/10.33365/jtk.v14i1.499>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Principles of Marketing. In *Pearson Education Limited* (Global Edi).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In *Pearson Education* (Global Edi).

- Lubis, P., Margaretha, E., & Fitri, N. (2021). Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Peserta Event Kuliah Whatsapp Nestle Batita. *Prosiding Konferensi Nasional* ..., 565–572. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/646>
- MiftahunNadzir, M. (2016). *Analisis Usaha Event Organizer MICE (Meeting , Incentive , Conference , Exhibition) Melalui Kanvas Model Bisnis dan Peta Empati : Studi Kasus Event Organizer di Yogyakarta dan Surakarta.* 7(2), 170–193.
- Natoradjo, Sulyus. 2011. *Event Organizing: Dasar-Dasar Event Managemen.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Nugraha, F. A. A., Suharyono, & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Kober Mie Setan jalan Simpang Soekarno-Hatta nomor 1-2 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 22(1), 1–7.
- Pitoyo, A., & Suhartono, E. (2018). Analisis pengaruh teknologi informasi dan knowledge management terhadap daya saing ukm. *Infokam, September*, 112–119.
- Puryono, D. A., & Kurniawan, S. Y. (2017). Penerapan Model Green Supply Chain Management Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Batik Bakaran. *Jurnal Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 9(3), 1–9. <http://speed.web.id/ejournal/index.php/Speed/article/view/13>
- Puspasari, A. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepuasan.* 2.
- Putra, M. P., Lianardo, S., Hutajulu, C. C., & Rizkina, R. (2023). Strategi pemasaran event organizer dalam keterbatasan event pada saat pandemi covid-19. *Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 15–26.
- Rustianti, Putri, L. (2016). Pengaruh Periklanan Dan Suasana Toko Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Toko Tas Ulit House of Leather Di Cikutra Bandung. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas Bandung*, 91(5), 16–

64.

- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Schwab, K. & Sala-i-Martín, X., 2017. The Global Competitiveness Report 2016-2017, World Economic Forum
- Siswhara, G., Masharyono, M., & Anggraeny, D. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Instagram dan Event terhadap Repurchase Intention di Cenghar Kopi Kota. *The Journal Gastronomy Tourism*, 4(1), 19–26. <https://doi.org/10.17509/gastur.v4i1.22177>
- Sriwedari, Enggal. 2011. *Word Of Mouth Sebagai Efek Respon Positif Dari Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Pembelian Kembali: Studi Kasus Mahasiswa Sebagai Konsumen Yoghurt Activia*. Jakarta. 2011
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta
- Sulistiyani, & Setiyanto, A. P. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM*. 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.46772/jecma.v4i1.1057>
- Sumardy, dkk. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Tjiptono, F. (2017). *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset
- Widyastuti dan Erfian. 2012. “Quality of Service and Emotion on the Word of Mouth with Customer Satisfaction as the Intervening Variable”. *Global Network Journal* 5 (2): 338-359
- Zuhroh, B. A. P. S. (2016). *Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang)*. 10, 2. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2II07/ilkom.v10i2>

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

EVALUATION OF COMPETITIVE MARKETING COMMUNICATION (WORD OF MOUTH) AT EVENT ORGANIZER PT SPARKLING GLOBAL CORPORINDO

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Muhammadiyah Purwokerto	2%
2	Submitted to Billy Blue Group	2%

