

**EKSPLORASI PENGALAMAN KONSUMEN MELALUI STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN *WORD OF MOUTH* (WOM) PADA
EVENT ORGANIZER DEWA ENTERTAINMENT KARAWANG**

***EXPLORATION OF CONSUMER EXPERIENCE THROUGH WORD OF
MOUTH (WOM) MARKETING COMMUNICATION STRATEGY AT
DEWA ENTERTAINMENT EVENT ORGANIZER KARAWANG***

Oleh

Dewi Ratna Suminar

21416261201084

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG
TAHUN 2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Dewi Ratna Suminar

NIM : 21416261201084

Tanda Tangan :



Tanggal : 20 Maret 2025



LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Disusun oleh :

Nama : Dewi Ratna Suminar

NIM : 21416261201084

Judul : Eksplorasi Pengalaman Konsumen Melalui Strategi Komunikasi Pemasaran *Word Of Mouth* (WOM) Pada *Event Organizer* Dewa Entertainment Karawang

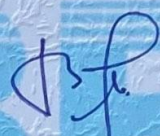
Menyetujui,

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,


Dr. Citra Savtri, S.E., M.M.

NIDN. 0214088301


Syifa Pramudita Faddila, S.ST., M.KM., M.M.

NIDN. 0405059303

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Ketua Program Studi


H. Suroso, S.E., M.M.

NIDN. 0402107707

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Dewi Ratna Suminar

NIM : 21416261201084

Program Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir : Eksplorasi Pengalaman Konsumen Melalui Strategi Komunikasi
Pemasaran *Word Of Mouth* (WOM) Pada *Event Organizer* Dewa
Entertainment Karawang

DEWAN PENGUJI TUGAS AKHIR

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Penguji 1 : Dr. Enjang Suherman, S.E., M.M

(.....)

16/04.25

Penguji 2 : Syifa Pramudita Faddila, S.ST., M.KM, MM

(.....)

16/04.25

Karawang, 20 Maret 2025

Mengetahui,

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Citra Savtri, S.E., M.M.
NIDN. 0214088301

H. Suroso., S.E., M.M.
NIDN. 0402107707

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dewi Ratna Suminar

NIM : 21416261201084

Program Studi : Manajemen

Tahun Akademik : 2025

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulis Tugas Akhir saya yang berjudul :

**“EKSPLORASI PENGALAMAN KONSUMEN MELALUI STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN *WORD OF MOUTH* (WOM) PADA *EVENT*
ORGANIZER DEWA ENTERTAINMENT KARAWANG”**

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Karawang, 20 Maret 2025



Dewi Ratna Suminar

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Buana Perjuangan Karawang, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dewi Ratna Suminar

NIM : 21416261201084

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Buana Perjuangan Karawang **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“EKSPLOKASI PENGALAMAN KONSUMEN MELALUI STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN *WORD OF MOUTH* (WOM) PADA *EVENT*
ORGANIZER DEWA ENTERTAINMENT KARAWANG”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Non Eksklusif ini Universitas Buana Perjuangan Karawang berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Universitas Buana Perjuangan Karawang

Pada tanggal : 20 Maret 2025

Yang menyatakan



Dewi Ratna Suminar

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT beserta junjungan-Nya Nabi Muhammad SAW, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Pada kesempatan ini, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada Ibu Dr. Citra Savitri, S.E., M.M, selaku pembimbing utama dan Ibu Syifa Pramudita Faddila, S.ST., M.KM., M.M, selaku pembimbing pendamping yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan selama ini serta motivasi kepada penulis yang kemudian membuka cakrawala berpikir penulis.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ir. H. Iman Sumantri selaku Ketua Yayasan Buana Pangkal Perjuangan Karawang.
2. Prof. Dr. H. Dedi Mulyadi, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Buana Perjuangan Karawang.
3. Dr. Citra Savitri, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang.
4. H. Suroso, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
5. Pihak Event Organizer Dewa Entertainment Karawang yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.
6. Kepada seluruh Dosen dan Staf serta pihak-pihak lainnya yang membantu penulisan Tugas Akhir, penulis ucapkan banyak terima kasih.
7. Kepada para teman dan sahabat mahasiswa yang telah memberikan motivasi dan kerjasama yang baik sehingga penulisan Tugas Akhir ini dapat berjalan dengan lancar dan sesuai yang diharapkan.
8. Terakhir kepada Orangtua tercinta, dan kakak tercinta merupakan bagian kebahagiaan tersendiri yang telah banyak mendorong semangat dan motivasi kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan pada waktunya.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Karawang, 26 April 2025

Penulis

ABSTRAK

Industri *event organizer* di Indonesia berkembang pesat seiring meningkatnya kebutuhan akan pengalaman acara yang unik dan berkesan. Dewa Entertainment di Karawang mengandalkan strategi *Word of Mouth* (WOM) sebagai pendekatan pemasaran utama untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Namun, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman mengenai bagaimana pengalaman konsumen terbentuk melalui strategi ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman konsumen melalui penerapan strategi komunikasi pemasaran WOM pada Dewa Entertainment. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan triangulasi data, melalui wawancara mendalam dengan lima informan, termasuk satu manajer pemasaran dan empat pelanggan yang memiliki pengalaman langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi WOM menciptakan pengalaman konsumen yang melibatkan lima dimensi utama, yaitu *sense*, *feel*, *think*, *relate*, dan *act*. Elemen layanan personalisasi, dekorasi kreatif, suasana nyaman, dan insentif berupa diskon atau *cashback* terbukti efektif dalam membangun hubungan emosional, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperluas jaringan pelanggan melalui rekomendasi positif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi WOM memainkan peran kunci dalam membentuk pengalaman konsumen yang berkesan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperkuat citra Dewa Entertainment sebagai penyedia jasa *event organizer* terpercaya. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pengembangan strategi pemasaran berbasis pengalaman pada industri jasa lainnya.

Kata Kunci: Pengalaman Konsumen, Strategi Komunikasi Pemasaran, *Word of mouth* (WOM), *Event Organizer*, Dewa Entertainment.

ABSTRACT

The event organizer industry in Indonesia has been growing rapidly in line with the increasing demand for unique and memorable event experiences. Dewa Entertainment, based in Karawang, relies on Word of Mouth (WOM) as its primary marketing strategy to enhance customer trust and loyalty. However, there remains a gap in understanding how consumer experiences are formed through this strategy. This study aims to explore consumer experiences through the implementation of WOM marketing communication strategies at Dewa Entertainment. The research employs a qualitative approach with data triangulation, involving in-depth interviews with five informants, including one marketing manager and four customers with direct experiences. The findings reveal that the WOM strategy creates consumer experiences encompassing five main dimensions: sense, feel, think, relate, and act. Personalized services, creative decorations, comfortable atmospheres, and incentives such as discounts or cashback have proven effective in building emotional connections, enhancing customer satisfaction, and expanding customer networks through positive recommendations. The conclusion of this study is that the WOM strategy plays a crucial role in shaping memorable consumer experiences, increasing customer loyalty, and strengthening Dewa Entertainment's image as a trusted event organizer. This research provides insights for the development of experience-based marketing strategies in other service industries.

Keyword: Consumer Experience, Marketing Communication Strategy, Word of mouth (WOM), Event Organizer, Dewa Entertainment.