

ABSTRAK

Pemasaran melalui media sosial merupakan hambatan besar bagi Bunga Tanjung untuk meningkatkan penjualannya, terutama pada persaingan bisnis yang semakin kompetitif saat ini. Salah satu strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh Bunga Tanjung ialah mendorong terjadinya *power of mouth*, yang dapat meningkatkan penjualan melalui promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh Bunga Tanjung *Wedding Gallery* untuk mendorong terjadinya *power of mouth*, perusahaan yang bergerak di bidang layanan pernikahan, untuk meningkatkan penjualan. Dalam industri pernikahan yang semakin kompetitif, penting bagi perusahaan untuk mengidentifikasi dan menerapkan strategi-strategi yang efektif guna menarik dan mempertahankan pelanggan. Strategi *power of mouth*, yang memanfaatkan rekomendasi dari pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, Hal ini menjadi fokus utama dalam penelitian ini karena diyakini dapat memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan penjualan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, di mana peneliti melakukan wawancara yang mendalam dengan pemilik, karyawan, dan asisten MUA Bunga Tanjung *Wedding Gallery*. Wawancara ini memberikan wawasan tentang bagaimana strategi-strategi yang dapat membangun *power of mouth* sehingga terjadinya peningkatan penjualan serta terdapatnya hambatan dalam meningkatkan penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *strategi power of mouth* terjadi secara efektif sehingga dapat meningkatkan penjualan. Dengan strategi yang diterapkan dan pemberian kualitas layanan yang tinggi dapat menciptakan pengalaman positif yang dirasakan oleh pelanggan dan mendorong terjadinya WOM, yang berpotensi untuk meningkatkan jumlah pelanggan baru melalui rekomendasi dari pelanggan lama. Adanya persaingan harga dan promosi pada media sosial juga menjadi hambatan yang dihadapi oleh Bunga Tanjung dalam meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: *Power of Mouth, Penjualan, Wedding Gallery.*

-

ABSTRACT

Marketing through social media is a big obstacle for Bunga Tanjung to increase its sales, especially in today's increasingly competitive business competition. One of the marketing strategies that can be applied by Bunga Tanjung is to encourage the power of mouth, which can increase sales through word of mouth by its customers. This study aims to analyze the strategies implemented by Bunga Tanjung Wedding Gallery to encourage power of mouth, a company engaged in wedding services, to increase sales. In an increasingly competitive wedding industry, it is important for companies to identify and implement effective strategies to attract and retain customers. The power of mouth strategy, which utilizes recommendations from customers who are satisfied with the services provided, is the main focus of this research because it is believed to have a significant impact on increasing sales. The method used is a descriptive qualitative approach, where researchers conducted in-depth interviews with the owner, employees, and MUA assistants of Bunga Tanjung Wedding Gallery. This interview provides insight into how strategies that can build power of mouth so that there is an increase in sales and there are obstacles in increasing sales. The results showed that the power of mouth strategy occurs effectively so that it can increase sales. With the strategies implemented and the provision of high service quality can create positive experiences felt by customers and encourage WOM, which has the potential to increase the number of new customers through recommendations from existing customers. The existence of price competition and promotions on social media is also an obstacle faced by Bunga Tanjung in increasing sales.

Keywords: Power of Mouth, Sales, Wedding Gallery.