

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202304617, 15 Januari 2023

Pencipta

Nama : **Nur Hidayah S.E, M.M, Maulin Amrina Rosyada dkk**
Alamat : Komplek BRI Jl. Simaskot No. 15, RT 007 RW.006, Cipete Selatan
Cilandak, Jakarta Selatan, DKI JAKARTA, 12430
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Tarumanagara**
Alamat : Jl. Letjen. S. Parman No. 1 Grogol, Jakarta Barat, DKI JAKARTA,
11440
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Ciptaan : **Karya Tulis**
Judul Ciptaan : **STRATEGI WORD OF MOUTH MARKETING PADA UKM**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 26 September 2022, di Jakarta
Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.
Nomor pencatatan : 000437539

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia
Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual
u.b.
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Anggoro Dasananto
NIP.196412081991031002

Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Nur Hidayah S.E, M.M	Komplek BRI Jl. Simaskot No. 15, RT 007 RW.006, Cipete Selatan Cilandak
2	Maulin Amrina Rosyada	Dusun I Sukabakti, 002/001, Sukabakti, Palas, Kabupaten Lampung Selatan,
3	Winda Nuriska	Sarusunawa Tower D/14 No 7, RT. 007/RW. 006, Penjaringan, Penjaringan



STRATEGI WORD OF MOUTH MARKETING PADA UKM

NUR HIDAYAH,SE.MM,NIDN/ NIK: 0306026801/10192036, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara

Winda Nuriska: 115200313

Maulin Amrina Rosyada: 115200254

Pendahuluan

Akses informasi dan komunikasi menyebabkan bisnis tumbuh dalam persaingan yang semakin ketat, pelaku bisnis dituntut memberikan promosi yang gencar Keller (2016). Peran *word of mouth* menjadi referensi membentuk harapan pelanggan. Kozinets, dkk. (2010). Word of mouth marketing sebagai pembicaraan mengenai produk atau jasa sebagai sarana terciptanya teknik pemasaran yang profesional. akan mendorong untuk memilih merek Groeger (2014)

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan adalah:1).Tahap Persiapan 2).Tahap Pelaksanaan 3).Tahap Akhir kegiatan

Hasil dan Pembahasan (Arial 28 Bold)

Mitra PKM adalah LaZiesha bidang usaha di bidang Food and Beverage.



Gambar 1. Produk Mitra

Penyampaian materi sosialisasi secara sampel



Kesimpulan

Pembekalan pengetahuan *Word of mouth* dilakukan tim PKM secara daring , telah berjalan lancar dan mampu menambah pengetahuan mitra dalam meningkatkan pengetahuan tentang stategi WOM yang perlu diterapkan dalam meningkatkan penjualan produk.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada semua pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan PKM, khususnya ketua LPPM Untar dan jajaran ,Ibu Rita selaku pemilik usaha LaZiesha Kitchen sebagai mitra kerja di PKM, dan mahasiswa yang terlibat.

Referensi

Groeger, L., & Buttle, F. (2014). Word-of-mouth marketing influence on offline and online communications: Evidence from case study research. *Journal of Marketing Communications*, 20(12), 2141
Kotler, Philip dan Kevin L. Keller (2016), *Marketing Management*, 15 edition. United States: Pearson Education
Kozinets, Robert V. dkk. (2010). “*Networked Narratives: Understanding Word-of-Mouth Marketing in Online Communities*”. *Journal of Marketing* Vol.74 (march2010): 71-89.