

LAMPIRAN 1

SURAT IZIN PENELITIAN



UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM

Surat Keputusan Nomor : 541/E/O/2021 Tanggal 7 Desember 2021

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Jl. Aceng Sali Al-Aitaam No.1 Ciganitri, Bojongsong Kabupaten Bandung 40287 Telp. 022-8750 0756

Email : fakultasikom@unisal.ac.id

Nomor : 091/SPeng/UNISAL-FIKOM/DEK/VI/2026
Perihal : Surat Pengantar Penelitian
Lampiran : -

Kepada Yth,
Bapak/Ibu Owner Eightee Factory
Di Tempat

Dengan Hormat,

Teriring salam serta doa semoga Bapak/Ibu senantiasa ada dalam lindungan Allah SWT dan sukses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Sehubungan dengan kegiatan akademik mahasiswa, bersama ini kami sampaikan bahwa :

Nama : Muhamad Farico Arya Dwi
NIM : 2270201096
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Adalah benar mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sali Al-Aitaam yang sedang menyusun tugas akhir/skripsi dengan judul :

"STRATEGI WORD OF MOUTH (WOM) PADA JASA KONVEKSI EIGHTEE FACTORY".

Adapun penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.).

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kiranya Bapak/Ibu Pimpinan dapat memberikan izin serta arahan kepada mahasiswa yang bersangkutan selama pelaksanaan penelitian, dengan tetap memperhatikan ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pengantar ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Bandung, 15 Juni 2026

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dery Fitriadi Ginanjar
Dery Fitriadi Ginanjar, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN . 0410087803

LAMPIRAN 2
PEDOMAN WAWANCARA

Variabel/Fokus Penelitian	Sub Variabel/Aspek	Indikator	Pertanyaan Wawancara	Informan
Strategi WOM	Penerapan WOM	Bentuk pelaksanaan WOM	Bagaimana Word of Mouth diterapkan dalam kegiatan pemasaran di Eightee Factory?	Owner
Strategi WOM	Penerapan WOM	Pihak yang berperan	Siapa saja yang berperan dalam penyebaran informasi mengenai Eightee Factory?	Owner, Staf
Strategi WOM	Penerapan WOM	Media penyebaran	Melalui media apa pelanggan biasanya memberikan rekomendasi?	Owner, Staf, Pelanggan
Strategi WOM	Penerapan WOM	Upaya mendorong WOM	Apa yang dilakukan perusahaan agar pelanggan bersedia merekomendasikan Eightee Factory?	Owner
Strategi WOM	Alasan penggunaan WOM	Latar belakang	Mengapa memilih WOM sebagai strategi pemasaran?	Owner
Strategi WOM	Alasan penggunaan WOM	Kesesuaian usaha	Mengapa WOM sesuai untuk usaha konveksi?	Owner, Ahli
Strategi WOM	Alasan penggunaan WOM	Faktor pendukung	Faktor apa yang membuat WOM efektif?	Owner, Pelanggan, Ahli

Strategi WOM	Dampak WOM	Kepercayaan	Bagaimana WOM memengaruhi kepercayaan konsumen?	Pelanggan , Ahli
Strategi WOM	Dampak WOM	Keputusan pembelian	Apakah rekomendasi memengaruhi keputusan menggunakan jasa?	Pelanggan
Strategi WOM	Dampak WOM	Loyalitas	Apakah pelanggan kembali menggunakan jasa?	Owner, Pelanggan
Strategi WOM	Dampak WOM	Perkembangan usaha	Bagaimana pengaruh WOM terhadap perkembangan Eightee Factory?	Owner, Ahli

LAMPIRAN 3

TRANSKRIP WAWANCARA

1. NARASI WAWANCARA INFORMAN KUNCI (OWNER)

Wawancara dengan informan kunci, yaitu Iwan Kurniawan selaku pemilik Eightee Factory. Wawancara dilakukan pada tanggal 10 Juni 2026 di kantor Eightee Factory yang berlokasi di Kecamatan Bojongsoang, Kabupaten Bandung. Wawancara dilaksanakan secara langsung



Penulis : Selamat siang pak. Terima kasih untuk bapak sudah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara hari ini.

Narasumber : Selamat siang. Sama-sama, langsung aja mulai wawancaranya ya dik.

Penulis : Baik pak, saya akan mulai dari pertanyaan pertama.

Penulis : Siapa saja yang paling sering merekomendasikan Eightee Factory kepada pelanggan baru pak?

Narasumber : Biasanya dari teman saya dik, komunitas, juga pelanggan yang pernah bikin pakaian atau kaos di tempat kami.

Penulis : Bagaimana biasanya pelanggan mengetahui Eightee Factory melalui rekomendasi pak?

Narasumber : Kebanyakan dari relasi saya sendiri ada teman bisnis, rekan kerja, atau kenalan yang sebelumnya pernah pesan di Eightee Factory dik.

Penulis : Apa yang paling sering disampaikan pelanggan ketika merekomendasikan Eightee Factory pak?

Narasumber : Biasanya mereka bilang kualitasnya bagus, pengerjaannya rapi, harganya ramah dikantong, dan enak diajak komunikasi dik.

Penulis : Menurut bapak, mengapa pelanggan bersedia merekomendasikan Eightee Factory kepada orang lain?

Narasumber : Karena mereka puas sama hasil dan pelayanannya dik, jadi tanpa diminta juga sering merekomendasikan ke orang lain.

Penulis : Dalam lingkungan seperti apa rekomendasi tersebut biasanya terjadi pak?

Narasumber : Paling sering dari lingkungan relasi saya sendiri dik, seperti teman bisnis, pelanggan lama, komunitas, rekan kerja, dan kenalan yang sudah pernah berhubungan dengan kami.

Penulis : Media atau sarana apa yang paling sering digunakan dalam penyebaran rekomendasi tersebut pak?

Narasumber : Kalau sekarang lebih banyak lewat WhatsApp dik, baik chat pribadi maupun grup. Selain itu ya masih sering dari ngobrol langsung.

Penulis : Bagaimana Eightee Factory menjaga hubungan dengan pelanggan setelah pesanan selesai pak?

Narasumber : Biasanya kami tetap komunikasi lewat WhatsApp dik, nanyain hasilnya, pastiin juga apakah sudah sesuai dari permintaan dan siap bantu kalau ada kebutuhan berikutnya.

Penulis : Apa yang dilakukan Eightee Factory untuk mendorong pelanggan memberikan rekomendasi pak?

Narasumber : Kami lebih fokus kasih hasil yang bagus dan pelayanan yang maksimal dik, karena biasanya dari situ pelanggan dengan sendirinya merekomendasikan.

Penulis : Bagaimana cara Eightee Factory merespons masukan atau testimoni pelanggan pak?

Narasumber : Kami mendengarkan setiap masukan dik. Kalau memang ada kekurangan langsung kami evaluasi supaya ke depannya tidak terjadi lagi.

Penulis : Bagaimana cara Eightee Factory mengetahui bahwa pelanggan baru berasal dari rekomendasi pelanggan sebelumnya pak?

Narasumber : Kadang kami tanya ke pelanggan, kadang juga pelanggan nya

sendiri yang bercerita.

Penulis : Mengapa Eightee Factory memilih mengandalkan WOM sebagai strategi pemasaran pak?

Narasumber : Karena menurut saya WOM itu masih sangat efektif dik, juga biayanya jauh lebih hemat daripada promosi iklan berbayar di media sosial.

Penulis : Sejak kapan WOM menjadi sumber utama pelanggan Eightee Factory pak?

Narasumber : Dari awal usaha berdiri sampai sekarang dik.

Penulis : Apa pertimbangan utama dalam menggunakan WOM dibandingkan promosi lainnya pak?

Narasumber : Yang paling utama karena kepercayaan pelanggan lebih tinggi dan tidak membutuhkan biaya promosi yang besar dik.

Penulis : Menurut bapak, apa kelebihan WOM dibandingkan iklan berbayar?

Narasumber : Kalau rekomendasi dari orang yang pernah merasakan langsung, biasanya lebih dipercaya dibanding iklan dik.

Penulis : Bagaimana tingkat kepercayaan pelanggan yang datang dari rekomendasi dibandingkan sumber lain pak?

Narasumber : Biasanya lebih tinggi dik, karena mereka sudah dapat gambaran dari orang yang pernah pesan sebelumnya.

Penulis : Apakah WOM lebih sesuai dengan karakteristik usaha konveksi? Mengapa pak?

Narasumber : Menurut saya iya dik, karena di bisnis konveksi orang biasanya lihat hasil kerja dan pengalaman pelanggan lain sebelum memutuskan untuk pesan.

Penulis : Bagaimana pengaruh pengalaman pelanggan terhadap keberhasilan WOM pak?

Narasumber : Pengaruhnya besar banget dik, karena kalau pelanggan puas biasanya mereka akan cerita ke teman atau relasinya.

Penulis : Mengapa rekomendasi pelanggan dianggap penting bagi perkembangan usaha pak?

Narasumber : Karena dari satu pelanggan bisa datang beberapa pelanggan baru lagi melalui rekomendasi dik.

Penulis : Apakah keterbatasan biaya promosi menjadi alasan penggunaan WOM pak?

Narasumber : Iya dik, salah satunya itu. WOM lebih hemat biaya tapi hasilnya tetap terasa sampai sekarang.

Penulis : Mengapa WOM tetap dipertahankan hingga saat ini pak?

Narasumber : Karena sampai sekarang masih relevan dan terbukti jalan dik. Di bisnis konveksi orang masih lebih percaya rekomendasi dari teman atau relasi yang sudah pernah menggunakan jasa kami.

Penulis : Bagaimana pengaruh WOM terhadap jumlah pelanggan Eightee Factory pak?

Narasumber : Cukup besar dik, karena banyak pelanggan baru yang datang dari rekomendasi pelanggan sebelumnya.

Penulis : Apakah WOM membantu memperoleh pelanggan baru secara berkelanjutan pak?

Narasumber : Iya dik, karena setiap pelanggan yang puas berpotensi membawa pelanggan baru lagi.

Penulis : Bagaimana pengaruh WOM terhadap tingkat kepercayaan pelanggan pak?

Narasumber : Membantu banget dik, karena pelanggan jadi lebih yakin sebelum memesan.

Penulis : Apakah WOM membantu memperluas jaringan pelanggan? Bagaimana pak?

Narasumber : Iya dik, misalnya dari satu komunitas lalu menyebar ke komunitas lain atau ke tempat kerja mereka.

Penulis : Bagaimana dampak WOM terhadap citra Eightee Factory pak?

Narasumber : Membantu membangun citra yang positif dik sebagai konveksi yang bisa dipercaya dan hasilnya sesuai harapan.

Penulis : Apakah WOM membantu meningkatkan loyalitas pelanggan pak?

Narasumber : Iya dik, pelanggan yang puas biasanya balik lagi dan jadi pelanggan tetap.

Penulis : Bagaimana WOM memengaruhi keberlangsungan usaha Eightee Factory pak?

Narasumber : Menurut saya cukup berpengaruh dik karena pelanggan terus datang meskipun kami tidak aktif menggunakan media sosial untuk promosi.

Penulis : Apa dampak terbesar yang dirasakan sejak mengandalkan WOM pak?

Narasumber : Dampak terbesarnya adalah pelanggan baru terus berdatangan tanpa harus keluar biaya promosi yang besar dik.

Penulis : Apakah pernah terjadi dampak negatif dari WOM? Bagaimana mengatasinya pak?

Narasumber : Pernah ada masukan dari pelanggan dik, tapi biasanya langsung kami tanggapi dan cari solusinya supaya tidak berkembang jadi informasi yang negatif.

Penulis : Bagaimana harapan bapak terhadap peran WOM bagi perkembangan Eightee Factory di masa depan?

Narasumber : Saya berharap WOM tetap jadi salah satu kekuatan utama Eightee Factory dik, karena sampai sekarang masih efektif, lebih hemat biaya, dan kepercayaan yang dibangun juga lebih kuat dibanding promosi biasa.

Penulis : Baik pak, saya rasa cukup untuk wawancara hari ini. Terima kasih karena bapak sudah bersedia meluangkan waktu untuk menjawab seluruh pertanyaan saya.

Narasumber : Sama-sama dik. Semoga skripsi nya lancar ya.

2. NARASI WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG (PELANGGAN)

Wawancara dengan informan pendukung, yaitu Daffa Alarizi selaku pelanggan Eightee Factory. Wawancara dilakukan pada tanggal 13 Juni 2026 melalui sambungan telepon WhatsApp. Wawancara dilakukan secara tidak langsung.



Penulis : Selamat pagi pak. Terima kasih karena bapak sudah bersedia meluangkan waktu untuk menjawab beberapa pertanyaan yang akan saya ajukan hari ini.

Informan : Selamat pagi dik. Sama-sama, silakan saja kalau ada yang ingin ditanyakan.

Penulis : Sejak kapan bapak mengenal Eightee Factory?

Informan : Saya sudah mengenal Eightee Factory sejak awal berdirinya dik. Kebetulan saya memang teman dekat pemiliknya dan sama-sama dari Pekanbaru juga, jadi saya ikutin perkembangan usahanya dari awal.

Penulis : Dari mana pertama kali mengetahui Eightee Factory pak?

Informan : dari pemiliknya dik. Waktu itu beliau cerita sedang membangun usaha konveksi di Bandung.

Penulis : Siapa yang merekomendasikan Eightee Factory kepada bapak?

Informan : Awalnya langsung dari pemiliknya sendiri dik. Tapi setelah itu saya juga sering mendengar cerita positif dari teman-teman lain yang pernah menggunakan jasanya.

Penulis : Apa yang diceritakan orang tersebut tentang Eightee Factory pak?

Informan : Mereka sering cerita kalau hasil produksinya bagus, pengerjaannya rapi, dan pemiliknya memang sangat memperhatikan kualitas pesanan pelanggan dik.

Penulis : Mengapa informasi tersebut membuat bapak tertarik menggunakan jasa Eightee Factory?

Informan : Karena saya kenal dekat dengan pemiliknya dik. Saya tahu orangnya juga, saya percaya beliau menjalankan usahanya dengan serius dan bertanggung jawab, jadi saya yakin untuk menggunakan jasanya.

Penulis : Bagaimana pengalaman bapak saat menggunakan jasa Eightee Factory?

Informan : Pengalaman saya sangat baik dik. Selain hasilnya sesuai harapan, komunikasi selama proses produksi juga jelas. Kalau ada perubahan atau masukan selalu dikomunikasikan dengan baik.

Penulis : Hal apa yang paling berkesan selama menggunakan jasa tersebut pak?

Informan : Yang paling berkesan itu komitmennya dik. Dari awal saya kenal, pemiliknya memang selalu berusaha menjaga kualitas dan memenuhi apa yang dijanjikan ke pelanggan.

Penulis : Apakah bapak pernah memberikan rekomendasi kepada orang lain?

Informan : Pernah dik, bahkan cukup sering.

Penulis : Kepada siapa biasanya bapak memberikan rekomendasi tersebut?

Informan : Biasanya ke teman-teman, rekan kerja, seperti pemilik toko pakaian, komunitas perusahaan yang sedang mencari jasa konveksi untuk kebutuhan organisasi atau usaha mereka.

Penulis : Melalui cara apa bapak memberikan rekomendasi tersebut?

Informan : Biasanya lewat obrolan langsung dik, kadang juga melalui WhatsApp kalau ada yang bertanya atau meminta rekomendasi tempat konveksi.

Penulis : Mengapa bapak percaya pada rekomendasi yang diberikan orang lain mengenai Eightee Factory?

Informan : Karena memang sudah pernah menggunakan jasanya secara langsung dik. Jadi informasinya lebih bisa dipercaya.

Penulis : Menurut bapak, mengapa pelanggan bersedia merekomendasikan

Eightee Factory?

Informan : Karena mereka merasakan sendiri kualitas produk dan pelayanannya dik. Sudah saya coba bandingkan sendiri memang lebih bagus yang Eightee Factory ini.

Penulis : Apakah pengalaman yang baik menjadi alasan seseorang memberikan rekomendasi pak?

Informan : Iya dik, menurut saya itu alasan yang paling utama. Pengalaman yang baik biasanya membuat orang lebih yakin untuk merekomendasikan.

Penulis : Mengapa rekomendasi teman atau rekan lebih dipercaya dibandingkan iklan pak?

Informan : Karena tidak ada bias seperti di promosi, juga terkesan dibuat-buat kalau di iklan. Kalau kita dengar dari orangnya langsung lebih meyakinkan dik.

Penulis : Menurut bapak, apakah kualitas produk memengaruhi munculnya WOM?

Informan : Sangat memengaruhi dik. Kalau kualitasnya tidak bagus, tentu orang juga tidak akan mudah memberikan rekomendasi dan akan ada banyak komplain juga dari pelanggannya.

Penulis : Bagaimana peran pelayanan dalam mendorong pelanggan memberikan rekomendasi pak?

Informan : Itu penting sekali dik. Kadang pelanggan bukan hanya melihat hasil akhirnya, tapi juga bagaimana cara mereka dilayani juga.

Penulis : Apakah harga yang sesuai dapat mendorong WOM? Mengapa pak?

Informan : Iya dik. Harga harus sebanding dengan layanan yang diterima, biasanya mereka akan puas dan lebih mudah merekomendasikannya.

Penulis : Apakah ketepatan waktu produksi berpengaruh terhadap rekomendasi pelanggan pak?

Informan : Sangat berpengaruh dik. Apalagi banyak pelanggan konveksi butuh pengerjaan yang cepat.

Penulis : Mengapa menurut bapak WOM masih efektif digunakan hingga saat ini?

Informan : Karena sampai sekarang masih ada orang yang lebih percaya pengalaman orang terdekat dibandingkan iklan di media sosial. Apalagi untuk jasa

konveksi, pelanggan biasanya ingin memastikan kualitasnya langsung.

Penulis : Apa alasan utama bapak bersedia merekomendasikan Eightee Factory?

Informan : Karena saya melihat sendiri perjalanan usahanya dari awal dik. Saya tahu bagaimana pemiliknya menjaga kualitas, bertanggung jawab terhadap pelanggan, dan terus berusaha memberikan hasil yang terbaik.

Penulis : Apakah rekomendasi orang lain memengaruhi keputusan bapak menggunakan jasa Eightee Factory?

Informan : Iya dik, walaupun saya kenal dekat dengan pemiliknya, saya juga mendengar banyak pengalaman positif dari pelanggan lain yang semakin membuat saya yakin.

Penulis : Seberapa besar pengaruh rekomendasi tersebut terhadap keputusan bapak?

Informan : Cukup besar dik, karena rekomendasi memberikan gambaran nyata tentang kualitas dan pelayanan yang akan kita terima.

Penulis : Menurut bapak, apakah WOM meningkatkan kepercayaan terhadap Eightee Factory?

Informan : Iya dik, karena informasi yang disampaikan berasal dari pengalaman langsung pelanggan sebelumnya.

Penulis : Bagaimana WOM membantu calon pelanggan mengenal Eightee Factory pak?

Informan : Biasanya dari cerita satu orang ke orang lain dik. Dari situ informasi tentang Eightee Factory bisa menyebar tanpa harus melakukan promosi besar-besaran.

Penulis : Apakah WOM membantu membangun citra positif Eightee Factory?

Informan : Sangat membantu dik. Semakin banyak pengalaman positif yang dibagikan pelanggan, semakin baik juga citra yang terbentuk.

Penulis : Menurut bapak, apakah WOM dapat meningkatkan jumlah pelanggan?

Informan : Menurut saya bisa sekali dik. Karena banyak orang yang akhirnya mencoba setelah mendapat rekomendasi dari orang yang mereka percaya.

Penulis : Apakah bapak menjadi lebih yakin menggunakan jasa setelah mendapat rekomendasi?

Informan : Iya dik, karena rekomendasi memberikan rasa aman sebelum memutuskan menggunakan jasa tersebut.

Penulis : Bagaimana dampak WOM terhadap hubungan antara pelanggan dan Eightee Factory pak?

Informan : Menurut saya hubungan jadi lebih dekat dan lebih percaya dik. Pelanggan merasa nyaman dan akhirnya menjadi pelanggan tetap.

Penulis : Menurut bapak, apa manfaat terbesar WOM bagi Eightee Factory?

Informan : Manfaat terbesarnya adalah kepercayaan dik. Dari kepercayaan itu kemudian muncul pelanggan baru, pelanggan tetap, dan hubungan jangka panjang.

Penulis : Apakah bapak akan tetap merekomendasikan Eightee Factory di masa depan? Mengapa?

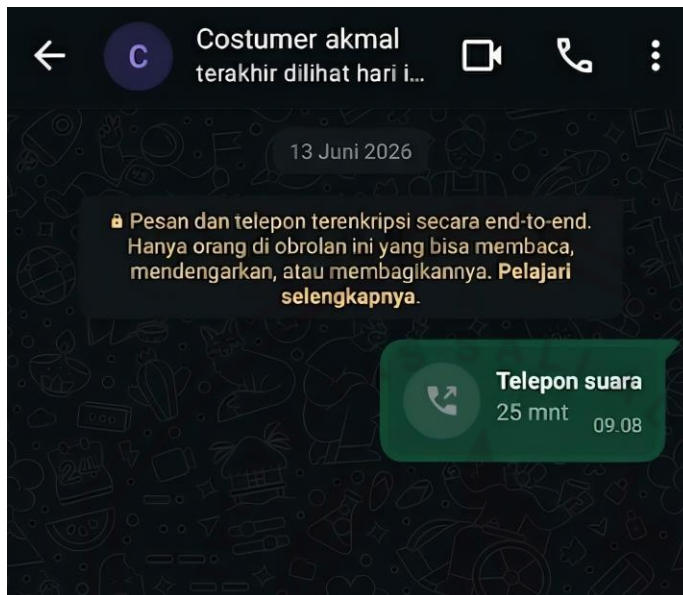
Informan : Tentu dik. Selama kualitas dan komitmen yang selama ini saya lihat tetap dijaga, saya akan terus merekomendasikan Eightee Factory kepada teman maupun relasi saya.

Penulis : Baik pak, saya rasa cukup untuk wawancara hari ini. Terima kasih karena bapak sudah bersedia meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan saya.

Informan : Sama-sama dik. Semoga penelitian adik berjalan lancar dan mendapatkan hasil yang baik.

3. NARASI WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG (PELANGGAN 2)

Wawancara dengan informan pendukung, yaitu Akmal Maulana selaku pelanggan Eightee Factory. Wawancara dilakukan pada tanggal 13 Juni 2026 melalui aplikasi WhatsApp. Wawancara dilakukan secara tidak langsung



Penulis : Selamat pagi pak. Terima kasih karena bapak sudah bersedia meluangkan waktu untuk menjawab beberapa pertanyaan yang akan saya ajukan hari ini.

Informan : pagi dik, sama-sama. Silakan kalau ada yang mau ditanyakan.

Penulis : Sejak kapan bapak mengenal Eightee Factory?

Informan : Kurang lebih sudah sekitar tiga tahunan dik. Waktu itu saya sedang mencari tempat konveksi untuk kebutuhan komunitas.

Penulis : Dari mana pertama kali mengetahui Eightee Factory pak?

Informan : Dari teman saya dik yang pernah bikin kaos komunitas di sana.

Penulis : Siapa yang merekomendasikan Eightee Factory kepada bapak?

Informan : Teman komunitas saya dik. Dia sudah beberapa kali pesan di Eightee Factory.

Penulis : Apa yang diceritakan orang tersebut tentang Eightee Factory pak?

Informan : Katanya hasil jahitannya rapi, bahan yang dipakai sesuai pesanan, dan pelayanannya juga responsif.

Penulis : Mengapa informasi tersebut membuat bapak tertarik menggunakan jasa Eightee Factory?

Informan : Karena yang cerita itu memang sudah pernah pakai langsung dik. Jadi saya lebih percaya dibanding cuma lihat iklan.

Penulis : Bagaimana pengalaman bapak saat menggunakan jasa Eightee Factory?

Informan : Alhamdulillah cukup memuaskan dik. Hasilnya sesuai yang saya harapkan dan proses komunikasinya juga lancar.

Penulis : Hal apa yang paling berkesan selama menggunakan jasa tersebut pak?

Informan : Yang paling berkesan itu pelayanannya dik. Kalau ada revisi atau pertanyaan selalu ditanggapi dengan baik.

Penulis : Apakah bapak pernah memberikan rekomendasi kepada orang lain?

Informan : Pernah dik, beberapa kali.

Penulis : Kepada siapa biasanya bapak memberikan rekomendasi tersebut?

Informan : Ke teman-teman komunitas, teman kerja, dan beberapa kenalan yang sedang cari jasa konveksi.

Penulis : Melalui cara apa bapak memberikan rekomendasi tersebut?

Informan : Biasanya lewat ngobrol langsung atau WhatsApp dik.

Penulis : Mengapa bapak percaya pada rekomendasi yang diberikan orang lain mengenai Eightee Factory?

Informan : Karena rekomendasinya berasal dari pengalaman nyata dik, jadi lebih meyakinkan.

Penulis : Menurut bapak, mengapa pelanggan bersedia merekomendasikan Eightee Factory?

Informan : Karena mereka puas dengan hasil dan pelayanannya dik.

Penulis : Apakah pengalaman yang baik menjadi alasan seseorang memberikan rekomendasi pak?

Informan : Iya tentu dik. Kalau pengalaman kita bagus biasanya kita jadi lebih yakin untuk merekomendasikan ke orang lain.

Penulis : Mengapa rekomendasi teman atau rekan lebih dipercaya dibandingkan iklan pak?

Informan : Karena teman biasanya cerita sesuai pengalaman yang mereka rasakan sendiri dik.

Penulis : Menurut bapak, apakah kualitas produk memengaruhi munculnya WOM?

Informan : Sangat berpengaruh dik. Kalau hasilnya bagus pasti lebih mudah direkomendasikan.

Penulis : Bagaimana peran pelayanan dalam mendorong pelanggan memberikan rekomendasi pak?

Informan : Pelayanan itu penting dik. Pelanggan pasti senang kalau dilayani dengan ramah dan cepat.

Penulis : Apakah harga yang sesuai dapat mendorong WOM? Mengapa pak?

Informan : Iya dik. Kalau harga sesuai dengan kualitas yang didapat biasanya pelanggan merasa puas.

Penulis : Apakah ketepatan waktu produksi berpengaruh terhadap rekomendasi pelanggan pak?

Informan : Berpengaruh sekali dik. Apalagi kalau pesanan dibutuhkan untuk acara tertentu.

Penulis : Mengapa menurut bapak WOM masih efektif digunakan hingga saat ini?

Informan : Karena orang masih lebih percaya rekomendasi dari orang yang dikenal dibanding promosi biasa dik.

Penulis : Apa alasan utama bapak bersedia merekomendasikan Eightee Factory?

Informan : Karena saya sudah merasakan sendiri hasil dan pelayanannya dik.

Penulis : Apakah rekomendasi orang lain memengaruhi keputusan bapak menggunakan jasa Eightee Factory?

Informan : Iya dik, cukup memengaruhi.

Penulis : Seberapa besar pengaruh rekomendasi tersebut terhadap keputusan bapak?

Informan : Lumayan besar dik, karena dari situ saya jadi lebih yakin untuk mencoba.

Penulis : Menurut bapak, apakah WOM meningkatkan kepercayaan terhadap Eightee Factory?

Informan : Iya dik, karena informasinya berasal dari pelanggan yang pernah menggunakan jasa mereka.

Penulis : Bagaimana WOM membantu calon pelanggan mengenal Eightee Factory pak?

Informan : Dari cerita dan rekomendasi pelanggan ke pelanggan lain dik.

Penulis : Apakah WOM membantu membangun citra positif Eightee Factory?

Informan : Iya sangat membantu dik.

Penulis : Menurut bapak, apakah WOM dapat meningkatkan jumlah pelanggan?

Informan : Bisa dik. Banyak orang biasanya tertarik mencoba setelah mendapat rekomendasi.

Penulis : Apakah bapak menjadi lebih yakin menggunakan jasa setelah mendapat rekomendasi?

Informan : Iya dik, lebih yakin.

Penulis : Bagaimana dampak WOM terhadap hubungan antara pelanggan dan Eightee Factory pak?

Informan : Menurut saya membuat hubungan lebih dekat dan saling percaya dik.

Penulis : Menurut bapak, apa manfaat terbesar WOM bagi Eightee Factory?

Informan : Kepercayaan pelanggan dik. Itu yang paling penting.

Penulis : Apakah bapak akan tetap merekomendasikan Eightee Factory di masa depan? Mengapa?

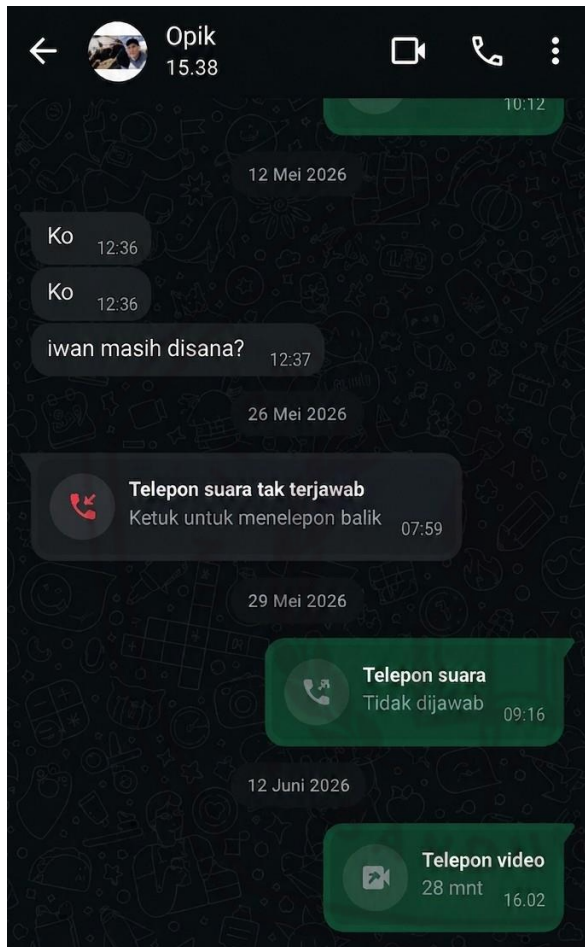
Informan : Iya dik. Selama kualitas dan pelayanannya tetap dijaga saya akan tetap merekomendasikannya.

Penulis : Baik pak, saya rasa cukup untuk wawancara hari ini. Terima kasih karena bapak sudah bersedia meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan saya.

Informan : Sama-sama dik. Semoga penelitiannya lancar.

4. NARASI WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG (STAFF EIGHTEE FACTORY)

Wawancara dengan informan pendukung, yaitu Opik Sudrajat selaku staf Eightee Factory. Wawancara dilakukan pada tanggal 12 Juni 2026 melalui sambungan telepon WhatsApp. Wawancara dilakukan secara tidak langsung.



Penulis : Selamat sore pak. Terima kasih karena bapak sudah bersedia meluangkan waktu untuk menjawab beberapa pertanyaan yang akan saya ajukan hari ini.

Informan : Selamat sore dik. Sama-sama, silakan kalau ada yang ingin ditanyakan.

Penulis : Sejauh yang bapak lihat, bagaimana biasanya pelanggan baru pertama kali mengenal Eightee Factory?

Informan : Selama saya bekerja di sini, kebanyakan pelanggan baru mengenal Eightee Factory dari rekomendasi pelanggan sebelumnya dik. Biasanya mereka

datang sambil menyebut nama teman, komunitas, atau perusahaan yang pernah bikin pesanan di sini.

Penulis : Dalam proses melayani pelanggan, apakah pelanggan baru pernah menyebut bahwa mereka mendapatkan informasi dari pelanggan sebelumnya?

Informan : Iya dik, cukup sering. Banyak pelanggan yang bilang kalau mereka dapat kontak Eightee Factory dari teman atau kenalan yang sebelumnya pernah pesan di sini.

Penulis : Menurut pengalaman bapak, siapa yang paling sering membawa atau merekomendasikan pelanggan baru ke Eightee Factory?

Informan : Yang paling sering biasanya pelanggan lama dik. Banyak juga dari relasi teman owner, komunitas, organisasi, atau perusahaan yang pernah bekerja sama dengan kami.

Penulis : Bagaimana bentuk rekomendasi yang paling sering bapak temui dari pelanggan kepada calon pelanggan lainnya?

Informan : Biasanya mereka memberikan nomor kontak WhatsApp kami atau menunjukkan hasil pakaian yang pernah mereka pesan kepada orang lain dik.

Penulis : Apakah ada kebiasaan pelanggan yang menunjukkan mereka merasa puas lalu merekomendasikan Eightee Factory kepada orang lain?

Informan : Ada dik. Biasanya setelah pesanan selesai dan mereka puas, mereka kasih testimoni di WhatsApp atau langsung memberikan kontak kami ke teman atau kenalannya.

Penulis : Menurut pengamatan bapak, apa yang paling sering dipuji pelanggan ketika menceritakan Eightee Factory kepada orang lain?

Informan : Yang paling sering dipuji itu kualitas jahitannya dik. Selain itu ketepatan waktu pengerjaan juga sering jadi nilai plus menurut pelanggan.

Penulis : Bagaimana peran WhatsApp dalam membantu penyebaran informasi mengenai Eightee Factory?

Informan : WhatsApp sangat membantu dik. Karena sebagian besar komunikasi dengan pelanggan memang lewat WhatsApp, jadi informasi dan rekomendasi juga banyak tersebar melalui aplikasi itu.

Penulis : Apakah bapak pernah melihat pelanggan membagikan kontak atau katalog Eightee Factory kepada calon pelanggan lain? Bisa diceritakan?

Informan : Pernah dik. Bahkan cukup sering ada pelanggan yang meminta katalog digital untuk diteruskan ke rekan kerja, komunitas, atau temannya yang sedang mencari jasa konveksi.

Penulis : Bagaimana cara tim Eightee Factory menjaga komunikasi dengan pelanggan setelah pesanan selesai?

Informan : Biasanya kami tetap menjaga komunikasi melalui WhatsApp dik. Kami menanyakan apakah produk yang diterima sudah sesuai, meminta masukan, dan kalau suatu saat ada kebutuhan lagi kami siap membantu.

Penulis : Menurut bapak, apa yang membuat strategi rekomendasi dari pelanggan masih berjalan sampai sekarang di Eightee Factory?

Informan : Menurut saya karena pelanggan bisa merasakan langsung hasil dan pelayanan yang kami berikan dik. Selain itu masih banyak orang yang lebih percaya rekomendasi dari orang yang dikenal dibanding hanya melihat iklan di media sosial.

Penulis : Menurut bapak, mengapa Eightee Factory lebih banyak mengandalkan rekomendasi pelanggan dibanding promosi di media sosial?

Informan : Karena pelanggan biasanya lebih percaya pengalaman nyata dari orang yang pernah menggunakan jasa kami dik. Kalau dari rekomendasi teman atau kenalan biasanya tingkat kepercayaannya lebih tinggi.

Penulis : Dari yang bapak lihat selama bekerja di Eightee Factory, seberapa penting peran rekomendasi pelanggan terhadap masuknya pesanan baru?

Informan : Sangat penting dik. Banyak pelanggan baru yang akhirnya melakukan pemesanan karena mendapat rekomendasi langsung dari pelanggan sebelumnya.

Penulis : Bagaimana pandangan bapak terhadap tingkat kepercayaan pelanggan yang datang melalui rekomendasi?

Informan : Biasanya mereka lebih percaya sejak awal dik. Karena sebelumnya sudah mendapatkan gambaran pengalaman dari orang yang mereka kenal.

Penulis : Menurut bapak, apa alasan pelanggan lebih percaya informasi dari pelanggan lain dibandingkan iklan?

Informan : Karena mereka menganggap pengalaman pelanggan sebelumnya lebih jujur dan nyata dik. Kalau iklan kadang dianggap hanya menampilkan sisi positif saja.

Penulis : Apakah strategi WOM menurut bapak lebih cocok untuk usaha konveksi? Mengapa?

Informan : Menurut saya cocok dik. Karena hasil konveksi itu bisa langsung dilihat dan dirasakan kualitasnya, jadi pelanggan yang puas biasanya lebih mudah memberikan rekomendasi.

Penulis : Bagaimana hubungan antara kualitas hasil produksi dengan munculnya rekomendasi dari pelanggan?

Informan : Hubungannya sangat erat dik. Semakin bagus kualitas hasil produksinya, semakin besar kemungkinan pelanggan merekomendasikan Eightee Factory ke orang lain.

Penulis : Menurut pengalaman bapak, apakah pelayanan yang diberikan juga berpengaruh terhadap munculnya rekomendasi pelanggan?

Informan : Sangat berpengaruh dik. Pelanggan bukan cuma menilai hasil akhirnya, tapi juga bagaimana pelayanan yang mereka terima selama proses produksi berlangsung.

Penulis : Bagaimana peran pelanggan lama dalam membantu perkembangan usaha melalui rekomendasi?

Informan : Pelanggan lama punya peran besar dik. Karena mereka sudah percaya dengan kualitas dan pelayanan kami, mereka sering memperkenalkan Eightee Factory kepada teman, rekan kerja, atau komunitasnya.

Penulis : Apakah penggunaan WOM membantu perusahaan dalam menekan biaya promosi? Bagaimana menurut bapak?

Informan : Iya dik. Karena banyak pelanggan datang dari rekomendasi, jadi kami tidak perlu mengeluarkan biaya promosi yang terlalu besar untuk mendapatkan pelanggan baru.

Penulis : Mengapa sampai saat ini Eightee Factory masih mempertahankan strategi WOM sebagai salah satu cara mendapatkan pelanggan?

Informan : Karena sampai sekarang hasilnya masih cukup efektif dik. Pelanggan yang datang melalui rekomendasi biasanya juga lebih yakin dan lebih mudah diajak bekerja sama.

Penulis : Menurut pengamatan bapak, bagaimana pengaruh WOM terhadap jumlah pelanggan yang datang ke Eightee Factory?

Informan : Pengaruhnya cukup besar dik. Banyak pelanggan baru yang datang karena mendapat rekomendasi dari pelanggan sebelumnya.

Penulis : Apakah bapak melihat adanya pelanggan baru yang datang secara rutin karena rekomendasi pelanggan sebelumnya?

Informan : Iya dik. Hampir setiap bulan ada saja pelanggan baru yang menyebut nama pelanggan lama saat menghubungi kami.

Penulis : Bagaimana pengaruh WOM terhadap kepercayaan pelanggan saat pertama kali berkomunikasi dengan Eightee Factory?

Informan : Biasanya mereka lebih cepat percaya dik. Jadi proses komunikasi juga lebih mudah karena mereka sudah mendapat referensi sebelumnya.

Penulis : Menurut bapak, apakah WOM membantu memperluas jaringan pelanggan Eightee Factory? Bisa dijelaskan?

Informan : Sangat membantu dik. Dari satu pelanggan yang puas, informasi bisa menyebar ke komunitas, sekolah, organisasi, perusahaan, sampai jaringan pertemanan lainnya.

Penulis : Bagaimana dampak WOM terhadap citra atau reputasi Eightee Factory di mata pelanggan?

Informan : Menurut saya WOM membantu membangun citra positif dik. Karena reputasi yang terbentuk berasal dari pengalaman pelanggan yang disampaikan langsung kepada orang lain.

Penulis : Apakah pelanggan yang datang melalui rekomendasi cenderung lebih mudah menjadi pelanggan tetap? Mengapa?

Informan : Menurut pengamatan saya iya dik. Karena sejak awal mereka sudah memiliki rasa percaya terhadap Eightee Factory, jadi lebih mudah menjadi pelanggan tetap.

Penulis : Menurut bapak, bagaimana WOM membantu keberlangsungan usaha Eightee Factory sampai saat ini?

Informan : WOM membantu menjaga aliran pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama dik. Jadi pesanan tetap berjalan secara berkelanjutan.

Penulis : Apa perubahan yang paling bapak rasakan sejak banyak pelanggan datang melalui rekomendasi?

Informan : Yang paling terasa itu pelanggan datang dengan tingkat keyakinan yang lebih tinggi dik. Biasanya mereka sudah tahu gambaran kualitas kami sehingga proses diskusi dan negosiasi jadi lebih cepat.

Penulis : Apakah pernah ada informasi negatif yang menyebar dari pelanggan ke pelanggan lain? Jika pernah, bagaimana tim mengatasinya?

Informan : Pernah dik, terutama saat periode pesanan sedang sangat padat dan ada keterlambatan produksi. Biasanya kami mengatasinya dengan menjelaskan kondisi yang terjadi secara terbuka, menjaga komunikasi, dan berusaha memperbaiki pelayanan supaya pelanggan tetap puas.

Penulis : Menurut bapak, bagaimana peran WOM bagi perkembangan Eightee Factory di masa yang akan datang?

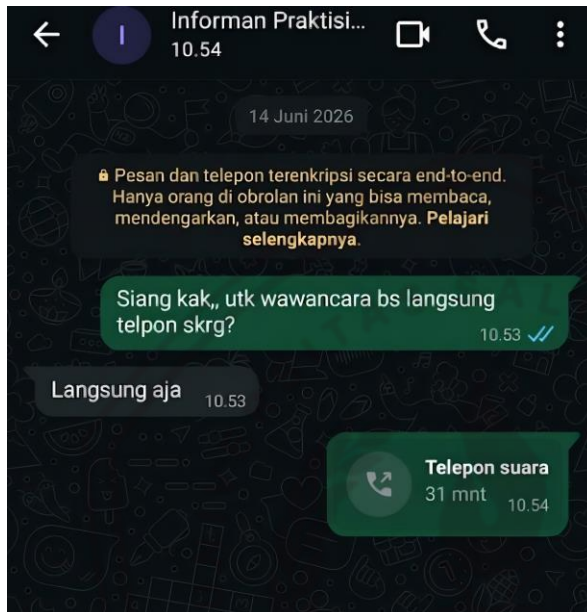
Informan : Menurut saya WOM masih akan menjadi salah satu faktor penting untuk perkembangan Eightee Factory dik. Selama kualitas produk dan pelayanan tetap dijaga, pelanggan akan terus memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Penulis : Baik pak, saya rasa cukup untuk wawancara hari ini. Terima kasih karena bapak sudah bersedia meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan saya.

Informan : Sama-sama dik. Semoga penelitian adik berjalan lancar dan mendapatkan hasil yang baik.

5. Narasi Wawancara Informan Ahli (Praktisi Marketing)

Wawancara dengan informan ahli, yaitu Ichfar Jaffar selaku praktisi marketing. Wawancara dilakukan pada tanggal 14 Juni 2026. Mengingat keterbatasan waktu dan lokasi, wawancara dilaksanakan secara tidak langsung melalui aplikasi WhatsApp



Penulis : Selamat siang pak. Terima kasih karena bapak telah bersedia meluangkan waktu untuk menjawab beberapa pertanyaan yang akan saya ajukan hari ini pak.

Narasumber : Selamat siang dik. Sama-sama, silakan saja pertanyaannya diajukan. Nanti saya jawab berdasarkan pengalaman saya.

Penulis : Baik pak, saya akan mulai dari pertanyaan yang pertama.

Bagian 1

Penulis : Dari pengalaman bapak, siapa pihak yang biasanya menjadi sumber rekomendasi utama dalam word of mouth?

Narasumber : Kalau yang paling sering saya lihat justru ibu-ibu dik. Mereka biasanya lebih aktif memberikan rekomendasi ke keluarga, teman, atau lingkungan sekitarnya.

Penulis : Bagaimana pelayanan pelanggan berkontribusi terhadap word of mouth pak?

Narasumber : Sangat berpengaruh dik. Pelayanan yang baik biasanya membuat pelanggan lebih mudah memberikan rekomendasi ke orang lain.

Penulis : Menurut bapak, media atau saluran apa yang paling sering digunakan pelanggan untuk memberikan rekomendasi?

Narasumber : Saat ini yang cukup sering digunakan itu Google Review dik, karena bisa langsung dilihat oleh calon pelanggan lain.

Penulis : Bagaimana pentingnya hubungan perusahaan dengan pelanggan dalam menciptakan WOM positif pak?

Narasumber : Penting sekali dik. Harus ada good excellent service. Kalau ada komplain harus cepat ditangani. Selain itu pelanggan loyal juga perlu dijaga supaya tingkat retention pelanggan meningkat.

Penulis : Bagaimana bapak melihat praktik WOM pada bidang usaha jasa konveksi?

Narasumber : Menurut saya WOM ada pengaruhnya, tetapi kalau hanya mengandalkan WOM saja masih belum cukup efektif dik.

Penulis : Apakah strategi WOM yang dijalankan di bidang usaha konveksi pakaian sudah sesuai dengan praktik pemasaran yang efektif? Mengapa pak?

Narasumber : Belum cukup efektif dik. Menurut saya sistem affiliate atau pemasaran digital lebih efektif karena jangkauan pasarnya jauh lebih luas.

Penulis : Bagaimana kualitas produk dapat memengaruhi munculnya word of mouth pak?

Narasumber : Sangat berpengaruh dik. Kualitas produk itu yang biasanya direkomendasikan pelanggan ke rekan-rekannya atau bahkan dibagikan melalui media sosial mereka.

Penulis : Bagaimana pelayanan pelanggan berkontribusi terhadap WOM pak?

Narasumber : Sangat berpengaruh dik. Pelayanan yang baik bisa menciptakan pengalaman positif yang kemudian diceritakan pelanggan ke orang lain.

Penulis : Seberapa penting pelanggan lama dalam menghasilkan pelanggan baru melalui rekomendasi pak?

Narasumber : Sangat penting dik. Apalagi kalau perusahaan memberikan program

customer loyalty atau reward kepada pelanggan lama yang berhasil memberikan rekomendasi.

Penulis : Menurut bapak, bagaimana peran word of mouth dalam strategi pemasaran usaha jasa seperti konveksi?

Narasumber : Menurut saya cukup efektif dik, tetapi sebaiknya tidak dijadikan satu-satunya strategi pemasaran.

Penulis : Mengapa WOM masih menjadi strategi pemasaran yang relevan hingga saat ini pak?

Narasumber : Menurut saya masih cukup relevan untuk segmen tertentu, terutama konsumen yang kurang aktif menggunakan teknologi atau media sosial.

Penulis : Apa yang membuat WOM lebih dipercaya dibandingkan promosi berbayar pak?

Narasumber : Karena kepercayaan terhadap orang yang memberikan rekomendasi biasanya berpengaruh langsung terhadap kepercayaan calon pelanggan berikutnya.

Penulis : Menurut bapak, mengapa banyak usaha konveksi mengandalkan WOM?

Narasumber : Biasanya karena kualitas bahan, pelayanan, dan hasil produksinya memang baik sehingga pelanggan mau merekomendasikan.

Penulis : Apa keunggulan WOM dibandingkan iklan digital atau promosi media sosial pak?

Narasumber : Dari sisi biaya tentu lebih murah dik.

Penulis : Faktor apa yang membuat pelanggan bersedia memberikan rekomendasi kepada orang lain pak?

Narasumber : Biasanya karena good product, excellent service, dan good experience yang mereka rasakan.

Penulis : Bagaimana peran pengalaman pelanggan dalam mendorong WOM pak?

Narasumber : Sangat berpengaruh dik. Pengalaman yang baik biasanya akan memicu pelanggan untuk bercerita kepada orang lain.

Penulis : Bagaimana hubungan antara kepuasan pelanggan dan WOM pak?

Narasumber : Keduanya saling berhubungan dik. Semakin puas pelanggan, semakin besar kemungkinan mereka memberikan rekomendasi.

Penulis : Menurut bapak, apakah WOM merupakan strategi yang efisien bagi usaha skala UMKM? Mengapa pak?

Narasumber : Menurut saya belum cukup efisien kalau berdiri sendiri. UMKM tetap perlu memanfaatkan media sosial agar pertumbuhan pasarnya lebih cepat.

Penulis : Menurut bapak, apa alasan yang paling mungkin membuat bidang usaha konveksi pakaian mempertahankan WOM sebagai strategi pemasaran?

Narasumber : Karena lebih murah dan tidak membutuhkan biaya promosi yang besar.

Penulis : Bagaimana dampak penggunaan WOM pada bidang usaha konveksi pakaian pak?

Narasumber : Ada pengaruhnya dik, terutama kalau kualitas bahan bagus dan harga yang ditawarkan kompetitif.

Penulis : Apa manfaat terbesar WOM bagi usaha jasa konveksi pakaian pak?

Narasumber : Yang paling terasa biasanya repeat order dari pelanggan yang sudah pernah menggunakan jasa tersebut.

Penulis : Menurut bapak, bagaimana WOM membantu meningkatkan kepercayaan konsumen?

Narasumber : Karena biasanya didukung oleh good service, good product, dan good experience yang sudah dirasakan pelanggan sebelumnya.

Penulis : Bagaimana WOM dapat memengaruhi citra suatu usaha pak?

Narasumber : Tentu berpengaruh dik. WOM yang positif bisa membentuk citra usaha yang baik di mata calon pelanggan.

Penulis : Apa dampak WOM terhadap pertumbuhan jumlah pelanggan pak?

Narasumber : Ada peningkatan, tetapi menurut saya tidak terlalu signifikan jika dibandingkan dengan pemasaran digital yang lebih masif.

Penulis : Bagaimana WOM berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pak?

Narasumber : Menurut saya tidak terlalu berpengaruh secara langsung. Loyalitas lebih banyak dipengaruhi kualitas produk dan pelayanan.

Penulis : Menurut bapak, apakah WOM dapat membantu keberlangsungan usaha dalam jangka panjang?

Narasumber : Cukup membantu dik, tetapi tetap perlu didukung strategi pemasaran lain.

Penulis : Apa risiko yang mungkin muncul jika perusahaan terlalu bergantung pada WOM pak?

Narasumber : Risikonya perusahaan harus siap ketika rekomendasi dari pelanggan mulai berkurang atau tidak berkembang lagi.

Penulis : Berdasarkan pengalaman bapak, bagaimana cara memaksimalkan dampak positif WOM?

Narasumber : Berikan reward atau apresiasi kepada pelanggan yang memberikan rekomendasi dik.

Penulis : Apa rekomendasi bapak agar strategi WOM di bidang usaha jasa konveksi pakaian dapat berkembang lebih efektif di masa mendatang?

Narasumber : Menurut saya bisa menggunakan sistem affliator atau program referral yang terstruktur sehingga jangkauan pasarnya lebih luas.

Penulis : Baik pak, saya rasa cukup untuk sesi wawancara hari ini. Terima kasih karena bapak telah bersedia meluangkan waktu untuk saya wawancarai.

Narasumber : Sama-sama dik. Semoga penelitian adik berjalan lancar dan dapat hasil yang baik ya.

LAMPIRAN 4

CATATAN HASIL OBSERVASI

Hari/Tanggal : 1 Juni 2026

Lokasi : Eightee Factory, Bojongsoang, Kabupaten Bandung

Objek Observasi : Strategi *Word of Mouth* (WOM) yang dilakukan Eightee Factory

1. Deskripsi Hasil Observasi

Selama kegiatan observasi berlangsung, peneliti mengamati bahwa Eightee Factory tidak secara dominan menggunakan promosi berbayar atau iklan digital sebagai sarana utama pemasaran usaha. Sebaliknya, aktivitas pemasaran lebih banyak dibangun melalui hubungan interpersonal antara pemilik usaha, staf, dan pelanggan yang pernah menggunakan jasa konveksi tersebut.

Peneliti mengamati bahwa dalam setiap proses konsultasi, pihak Eightee Factory berupaya memberikan penjelasan secara rinci mengenai produk, kualitas bahan, proses produksi, serta estimasi pengerjaan. Interaksi yang terjalin tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga menunjukkan adanya upaya membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Sikap ramah, keterbukaan dalam memberikan informasi, serta kesediaan menerima masukan pelanggan tampak menjadi bagian dari pola pelayanan yang diterapkan.

Fenomena yang menarik ditemukan ketika beberapa pelanggan yang datang menyampaikan bahwa mereka memperoleh informasi mengenai Eightee Factory dari teman, rekan organisasi, komunitas, maupun pelanggan yang pernah menggunakan jasa konveksi tersebut. Dalam beberapa kesempatan, pelanggan bahkan menyebutkan secara langsung nama pihak yang merekomendasikan Eightee Factory kepada mereka. Kondisi ini menunjukkan bahwa penyebaran informasi mengenai usaha lebih banyak berlangsung melalui komunikasi antarpelanggan daripada melalui media promosi formal.

Peneliti juga mengamati bahwa pihak Eightee Factory sering menunjukkan hasil produksi yang telah dikerjakan sebelumnya kepada calon

pelanggan. Aktivitas tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media informasi produk, tetapi juga menjadi bentuk pembuktian kualitas layanan yang dapat memperkuat kepercayaan pelanggan. Dari hasil pengamatan, strategi ini mendorong pelanggan untuk merasa lebih yakin dalam menggunakan jasa konveksi dan berpotensi menceritakan pengalaman mereka kepada orang lain setelah menerima hasil pesanan.

2. Makna Temuan Observasi

Berdasarkan hasil observasi, strategi *Word of Mouth* yang dilakukan Eightee Factory tidak dibangun melalui pemberian insentif atau program promosi *online*, melainkan melalui penciptaan pengalaman pelanggan yang positif. Pengalaman tersebut kemudian berkembang menjadi rekomendasi yang disampaikan secara sukarela oleh pelanggan kepada orang lain.

Fenomena ini menunjukkan bahwa *Word of Mouth* di Eightee Factory merupakan strategi komunikasi pemasaran yang berbasis kepercayaan (*trust-based communication*). Kepercayaan pelanggan dibentuk melalui kualitas produk, pelayanan yang baik, ketepatan pengerjaan, dan hubungan interpersonal yang terjalin selama proses pelayanan. Kepercayaan tersebut kemudian menghasilkan rekomendasi yang menjadi sumber utama penyebaran informasi mengenai Eightee Factory.

3. Keterkaitan dengan Hasil Wawancara

Hasil observasi menunjukkan kesesuaian dengan hasil wawancara informan utama dan informan pendukung yang menyatakan bahwa sebagian besar pelanggan Eightee Factory berasal dari rekomendasi pelanggan sebelumnya, relasi pertemanan, komunitas, maupun jaringan organisasi. Dengan demikian, hasil observasi memperkuat temuan wawancara bahwa strategi *Word of Mouth* merupakan strategi pemasaran yang secara nyata diterapkan dan menjadi salah satu faktor penting dalam memperoleh pelanggan baru bagi Eightee Factory.

LAMPIRAN 5
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Farico Arya Dwi

Tempat, Tanggal Lahir : Bandung, 6 Juli 2002

Umur : 24 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Riwayat Pendidikan :

1. SD Swasta Nugraha Bandung, lulus tahun (2013)
2. SMP Negeri 11 Bandung, lulus tahun (2016)
3. PKBM As-Syaadah, lulus tahun (2022)
4. Pada tahun 2022 melanjutkan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Al-I'tiam.

Data Orang Tua :

Ayah : Muhammad Aliffianto

Ibu : Sri Sulastri

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 20 Juni 2026

Hormat saya,
Muhamad Farico Arya Dwi

LAMPIRAN 6

IDENTITAS INFORMAN

1. Informan Ahli

Nama Lengkap : Ichfar Jaffar

Jabatan : Praktisi Komunikasi Pemasaran

Hari/Tanggal Wawancara : 14 Juni 2026

2. Informan Kunci

Nama Lengkap : Iwan Kurniawan

Jabatan : Owner Eightee Factory

Hari/Tanggal Wawancara : 10 Juni 2026

3. Informan Pendukung

Nama Lengkap : Daffa Alfarizi

Status : Konsumen Eightee Factory

Hari/Tanggal Wawancara : 13 Juni 2026

4. Informan Pendukung

Nama Lengkap : Akmal Maulana

Status : Konsumen Eightee Factory

Hari/Tanggal Wawancara : 13 Juni 2026

5. Informan Pendukung

Nama Lengkap : Opik Sudrajat

Jabatan : Staff Eightee Factory

Hari/Tanggal Wawancara : 12 Juni 2026

LAMPIRAN 7

DOKUMENTASI

