

## Ringkasan Eksekutif

*Project improvement* adalah kegiatan yang dirancang oleh Universitas Prasetiya Mulya untuk menjadi tugas akhir mahasiswa S1 Branding - Universitas Prasetiya Mulya dimana mahasiswa dapat mendapat pengalaman bekerja dan berperan sebagai peneliti yang dapat menerapkan konsep yang telah dipelajari selama kuliah. Sebagai peneliti kami juga harus dapat memberikan solusi alternatif terbaik buat perusahaan dalam rangka menyelesaikan masalah - masalah yang terjadi di lingkup kerja yaitu Endless Creative Lab. Perusahaan ini bergerak di industri kreatif sebagai marketing agency dimana produk dan jasa mereka berfokus pada bagian pemasaran bagi para klien.

Peneliti melakukan analisis dengan memakai dua metode yaitu kualitatif dan kuantitatif guna untuk mencari akar permasalahan yang terjadi di Endless Creative Lab. Identifikasi masalah dilakukan dengan memakai analisis SWOT terhadap data yang sudah didapatkan melalui metode kualitatif. Setelah itu peneliti menggunakan *Severity - Urgency Matrix* untuk menentukan masalah yang paling penting dan mendesak. Masalah utama yang berhasil disimpulkan adalah rendahnya intensi membeli ulang dari klien Endless Creative Lab. Setelah itu peneliti juga meng analisa akar permasalahan yang terjadi menggunakan *Fishbone* dan *Interrelationship diagram*. Peneliti juga melakukan metode kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner terhadap klien dari Endless Creative Lab untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk membuktikan hipotesis yang telah dibuat yang digambarkan melalui sebuah model konseptual.

Kami memberikan beberapa alternatif solusi untuk menyelesaikan akar permasalahan yang ada pada Endless Creative Lab. Alternatif solusi yang dipilih menggunakan *weighted objectives method* untuk menyelesaikan intensi membeli ulang yang rendah adalah Endless News Campaign yang bertujuan untuk meningkatkan *word of mouth* dengan meningkatkan faktor yang mempengaruhi secara signifikan seperti tingkat kepuasan pelanggan dan pengalaman pelanggan. Endless News Campaign terdiri dari tiga kegiatan yaitu kartu ucapan (*greetings*), informasi seputar industri kreatif dan *comment card*. Kampanye ditujukan untuk seluruh pelanggan yang masih bekerja sama maupun yang sudah selesai. Fokus tiga kegiatan ini yaitu meningkatkan *customer satisfaction* dan *customer experience* dengan tujuan meningkatkan *word of mouth*.

Berdasarkan implementasi yang telah dilakukan, kami berhasil melakukan tiga kegiatan dari kampanye Endless News Campaign dengan membuat kartu ucapan untuk Hari Kemerdekaan Indonesia, dua artikel seputar industri kreatif dan *template* serta isi konten dari *comment card*. Tiga kegiatan ini sudah berhasil di sebar kan melalui e-mail dengan target yang sudah tercapai sebanyak 100 akun e-mail. Walaupun *comment card* sudah disebar, hasil dari kegiatan tersebut masih dalam proses dan akan dilanjutkan secara langsung oleh pihak Endless Creative Lab kedepannya.

## Executive Summary

Project improvement is an activity held by Prasetya Mulya University as final task for student completing undergraduate study at Prasetya Mulya University. Project Improvement gives student work experience and a chance to examine and provide solutions for the problems of Endless Creative Lab. Endless Creative Lab is a *Marketing Agency* which helps improve their customer's products or services Marketing.

Researchers using two method, qualitative and quantitative method to analyze the root of the problem in Endless Creative Lab. Identification process is done with SWOT analysis and Severity - Urgency Matrix to find the root problem. Analysis result shows that low level of repurchase intention is the main problem in Endless Creative Lab. Researchers also found the root causes of the problem using fishbone and interrelationship diagram. As for the quantitative methods, researchers distribute a number of questionnaire to customers to prove the hypothesis that has been made.

Several alternative solution have been made to solve the main problem in Endless Creative Lab. Endless News Campaign was selected as the solution to improve repurchase intention problem using weighted objectives method. Endless News Campaign has the goal to improve word of mouth by improving customer satisfaction and customer experience as significant factors affecting word of mouth.

Endless News Campaign consists of three activities, greetings, creative news, and comment card. This campaign has the purpose to reach all customers whether

their still in touch or not. These activities have the focus to improve customer satisfaction and customer experience to increase word of mouth as the result.

Based on the implementation that has been done, we have done three activities from Endless News Campaign by making greeting message for Independence Day, Saving two news related to creative trends and created contents for the comment card. Those three activities has been distribute using e-mail to 100 recipients. All the result of the campaign is still in process and on the side of Endless Creative Lab. All future activities are on the Endless Creative Lab decision.

