

RINGKASAN EKSEKUTIF

Penulis melakukan *Project Improvement* di Pingoo Restaurant untuk menemukan permasalahan yang ada, melakukan analisis terhadap masalah yang ada serta memberikan alternatif solusi untuk Pingoo Restaurant untuk meningkatkan *Purchase Intention*. Penulis melakukan beberapa aktivitas selama periode magang yaitu melakukan riset kualitatif terhadap pihak internal Pingoo Restaurant, mengikuti kegiatan yang dilakukan perusahaan serta melakukan riset kuantitatif terhadap pihak eksternal.

Setelah melakukan riset kualitatif dan kuantitatif, penulis mendapat hasil bahwa akar masalah dari rendahnya *Purchase Intention* dari Pingoo Restaurant adalah belum memiliki rencana komunikasi pemasaran jangka panjang. Untuk menyelesaikan permasalahan ini, penulis menggunakan konsep *marketing communication* karena sesuai dengan masalah yang dialami.

Dengan menggunakan konsep *marketing communication*, penulis menentukan tiga alternatif solusi. Alternatif pertama dengan melakukan sponsor acara, alternatif kedua dengan menggunakan *Electronic-Word of Mouth* Melalui Influencer, dan alternatif ketiga adalah *Content Marketing*. Penulis melakukan pembobotan atas tiga alternatif solusi yang diberikan, dan memilih alternatif solusi terbaik yang diimplementasikan yaitu alternatif ketiga yaitu *content marketing* untuk meningkatkan *purchase intention* Pingoo Restaurant yang diukur menggunakan *engagement ratio*. Dengan mengimplementasikan solusi terbaik, Pingoo Restaurant dapat meningkatkan *engagement rasionya* menjadi 6,3%

EXECUTIVE SUMMARY

The authors undertook Project Improvement at Pingoo Restaurant to find out the problems, analyze the existing problems and provide alternative solutions for Pingoo Restaurant to improve Purchase Intention. The author performs several activities during the internship period that is conducting qualitative research on the internal side of Pingoo Restaurant, following the activities of the company and doing quantitative research on external parties.

After conducting qualitative and quantitative research, the authors got the result that the root of the problem of low Purchase Intention from Pingoo Restaurant is the company not yet have a long-term marketing communication plan. To solve this problem, the author uses the concept of marketing communication because according to the problems experienced.

By using the concept of marketing communication, the author determines three alternative solutions. The first alternative with Sponsorship, the second alternative to using Electronic Word Of Mouth Through Influencer, and the third alternative is Content Marketing. The author did the weighting of the three alternative solutions provided and chose the best alternative solution that is implemented that is the third alternative is the content marketing to increase purchase intention Pingoo Restaurant as measured by engagement ratio. By implementing the best solution, Pingoo Restaurant can increase its engagement ratio to 6,3%