BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dianalisis, peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa komunikasi pemasaran melalui *word of mouth* terjadi karena adanya proses *word of mouth* yang meliputi *content, context* dan *carrier*. Ketiga proses tersebut akan saling berkaitan antara satu dengan yang lain. Dalam proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, terdapat media yang mendukung proses penyampaian pesan. Sama halnya dalam proses *word of mouth*, juga terdapat komunikator, pesan, media, dan komunikan. Strategi *word of mouth* dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk memasarkan produk dan jasa yang efektif, karena proses *word of mouth* akan terus berlanjut sesuai dengan relasi dari komunikator.

Konsumen la'Dives Photo and Design Photo and Design lebih dapat mempercayai informasi yang diberikan oleh orang terdekat dari konsumen, karena dianggap lebih dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Oleh sebab itu *word of mouth* memiliki peluang untuk mengembangkan lebih luas lagi mengenai suatu produk dan jasa.

Word of mouth memiliki dua jenis, dalam penelitian ini la'Dives Photo and Design termasuk kedalam jenis *word of mouth* yang terjadi secara alami. Tidak ada strategi atau perencanaan khusu untuk menjadi *word of mouth* sebagai cara untuk mempromosikan jasanya.

5.2 Saran

Saran yang diberikan kepada la'Dives Photo and Design adalah:

1. Tetap menjaga hubungan baik dengan konsumen maupun calon konsumen yang akan menggunakan jasa la'Dives Photo and Design.
2. Tetap memberikan ide kreatif dalam karyanya, sehingga konsumen akan terus bertambah.

Peneliti mengharapkan adanya penelitian lebih lanjut mengenai kekuatan *word of mouth* dari la'Dives Photo and Design.