BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh komunikasi *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen Famouz Creation EO yang diukur dengan melihat jawaban dari konsumen Famouz Creation EO yang menjadi responden terhadap pernyataan atas masing-masing variabel dalam kuesioner yang diberikan. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka didapati hasil yang menjawab rumusan penelitian bahwa komunikasi *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Famouz Creation EO.

Berdasarkan data penelitian, penulis menemukan bahwa hampir seluruh konsumen Famouz Creation EO pernah melakukan komunikasi *Word of Mouth* yang berkesinambungan dengan adanya keputusan pembelian dan bahkan peneliti menemukan bahwa 99% konsumen merasa puas terhadap jasa pelayanan dari Famouz Creation EO dan muncul keinginan untuk menggunakan kembali jasa Famouz Creation EO jika mereka memiliki acara yang membutuhkan jasa EO.

Terdapatnya pengaruh yang signifikan dari *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Famouz Creation EO

membuktikan bahwa pihak-pihak terkait harus lebih memperhatikan penyebaran informasi yang terjadi dalam konsumen. Hal tersebut dikarenakan *Word of Mouth* bisa menjadi salah satu strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan dan untuk bertahan dalam dunia bisnis.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dibahas, terdapat beberapa saran yang dapat penulis berikan, yaitu :

1. Bagi Kedua Pemilik Famouz Creation EO. Diharapkan Famouz Creation EO dapat terus menjaga pesan positif yang sudah tersebar pada konsumen dan bahkan meningkatkan kualitas pelayanannya. Kemudian, *owner* dapat melakukan *tracking* terkait informasi yang tersebar di konsumen, mengolahnya dan menggunakan komunikasi *Word of Mouth* sebagai salah satu strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan jasa Famouz Creation EO. Hal tersebut dikarenakan komunikasi *Word of Mouth* terbukti memberikan pengaruh yang signifikan bagi keputusan pembelian konsumen.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya. Diharapkan dapat melakukan pengembangan dengan berbagai macam cara. Penelitian dapat dikembangkan dengan mengganti alat ukur penelitian, mengerucutkan variabel pada satu faktor tertentu, ataupun menggunakan metode lain untuk melakukan penelitian. Sehingga didapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi dan atau hasil yang berbeda.