

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, maka beberapa kesimpulan dapat diambil, diantaranya:

1. Pengaruh Word of Mouth Marketing terhadap keputusan pembelian tinggi yaitu sebesar 78.5% sehingga strategi pemasaran dengan menggunakan word of mouth marketing sangat baik untuk digunakan oleh perusahaan karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang.
2. Dari ketiga karakteristik dalam word of mouth marketing masing-masing Credible, Personal, Timing, dalam hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa credible dan timing dapat mempengaruhi keputusan pembelian, sedangkan personal kurang mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor dan word of marketing sangat berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

5.1.Saran

1. Perusahaan yang ingin menjalankan pemasaran secara word of mouth perlu memperhatikan kesan yang diciptakan oleh perusahaan tersebut. Bila pandangan konsumen baik terhadap perusahaan tersebut maka akan menciptakan hasil yang baik juga. Namun berkebalikan jika perusahaan tidak dapat menjaga kesan yang baik kepada konsumen, maka dapat menyebabkan konsumen untuk menceritakan hal-hal yang buruk atau negatif sehingga dapat

merugikan perusahaan dan akan sulit untuk mengembalikan hal-hal positif perusahaan tersebut

2. Dalam menjalankan word of mouth marketing perlu waktu yang cukup lama sehingga perusahaan tidak perlu secara terburu-buru untuk menginginkan hasil yang cepat juga. Semuanya membutuhkan waktu dan proses sehingga hasil yang akan diperoleh pun dapat secara maksimal.