

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil observasi dan wawancara penulis dalam penelitian ini dan setelah dilakukan analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi *word – of – mouth* agen *food critic* di media sosial sudah dirancang dan terlaksana dengan tujuan menunjang aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan pelaku usaha rumah makan meskipun keuntungan yang diperoleh melalui pembelian tidak semuanya diperoleh dari proses komunikasi melalui strategi *word – of – mouth* tersebut.

Tujuan strategi *word – of – mouth* agen *food critic* di media sosial adalah mendorong pelanggan untuk merasa yakin dan melakukan pembelian produk atau jasa yang enak, unik, khas, murah, dan lain sebagainya. Selain itu tujuan strategi *word – of – mouth* agen *food critic* di media sosial ini adalah untuk menimbulkan kepercayaan dari calon pelanggan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan hasil observasi serta wawancara penulis dengan narasumber M. Z, dapat dikatakan bahwa tujuan strategi *word – of – mouth* agen *food critic* di media sosial tersebut sudah tercapai.

Penulis menyimpulkan *word – of – mouth* dan interaksi simbolik yang terjadi di dalam komunikasi pemasaran melalui strategi *word – of – mouth* agen *food critic* di media sosial tersebut sesuai dan baik. Penggunaan simbol – simbol dirasa tepat dan sesuai dengan strategi yang diterapkan dan terlihat dapat diterima dengan baik melalui adanya *feedback* dari konsumen.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ada beberapa saran dari penulis sebuah bisnis terus dipilih dan disukai oleh para pelanggan maupun calon pelanggannya. Berikut ini adalah saran-saran yang dianjurkan oleh penulis :

1. Merancang strategi yang lebih membuka kesempatan bagi pelanggan untuk berpartisipasi. Mintalah pendapat pelanggan dan calon pelanggan dan berikan kesempatan yang lebih luas kepada mereka untuk menyebarkan *word – of – mouth* mereka sendiri. Terkadang, seorang agen *food critic* terlalu berkonsentrasi kepada *word – of – mouth* mereka sendiri. Penulis melihat bahwa ketika seorang agen terlalu sibuk menyebarkan *word – of – mouth* mereka sendiri menyebabkan tidak adanya penyesuaian pada saat terjadinya respond dan interaksi dengan pelanggan. Hal ini menyebabkan pelanggan atau calon pelanggan yang ingin membuat *word – of – mouth* atau ingin memberikan respon balik tidak mendapatkan tanggapan dan dapat menyebabkan pelanggan maupun calon pelanggan menjadi kecewa lalu berpindah pilihan pada *competitor*.
2. Perlu diadakannya penelitian untuk mengukur efektivitas strategi *word – of – mouth* agen *food critic* di media sosial. Hal ini perlu dilakukan untuk mempermudah para agen mengevaluasi dan membuktikan secara jelas apakah strategi *word – of – mouth* agen *food critic* di media sosial yang dilakukan menunjang komunikasi pemasarannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.