**BAB V**

**PENUTUP**

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka berikut beberapa kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini:

1. Dapat disimpulkan bahwa efektivitas *word of mouth* *talkers* berpengaruhterhadap pembentukan *brand awareness* Batik Keris pada pengunjung Summarecon Mall Kelapa Gading di Jakarta Utara,karena banyak yang membicarakan dan merekomendasikan produk Batik Keris.
2. Dapat disimpulkan bahwa efektivitas *word of mouth* *topics* berpengaruhterhadap pembentukan *brand awareness* Batik Keris pada pengunjung Summarecon Mall Kelapa Gading di Jakarta Utara,karena banyak orang yang membicarakan dan mengetahui produk Batik Keris.
3. Dapat disimpulkan bahwa efektivitas *word of mouth* *tools* berpengaruh terhadap pembentukan *brand awareness* Batik Keris pada pengunjung Summarecon Mall Kelapa Gading di Jakarta Utara,karena banyak orang yang memperoleh informasi mengenai produk Batik Keris.
4. Dapat disimpulkan bahwa efektivitas *word of mouth* *taking part* berpengaruhterhadap pembentukan *brand awareness* Batik Keris pada pengunjung Summarecon Mall Kelapa Gading di Jakarta Utara,karena banyak orang mendapatkan pelayanan yang berkualitas dari *staff* penjualan Batik Keris.
5. Dapat disimpulkan bahwa efektivitas *word of mouth* *tracking* berpengaruhterhadap pembentukan *brand awareness* Batik Keris pada pengunjung Summarecon Mall Kelapa Gading di Jakarta Utara,karena banyak orang yang memberikan respon positif terhadap produk Batik Keris.
6. **Saran**

Adapula saran yang peneliti berikan dibagi menjadi dua, yaitu saran akademis dan praktis:

1. Saran Akademis

Bagi peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan agar menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* serta dapat memperdalam lagi penelitiannya kelak, misalnya tidak hanya pada tahap *aware* akan suatu *brand*, namun dapat melihat dari sisi minat beli konsumen, sehingga nantinya mahasiswa lebih mampu untuk mendapatkan hasil terbaik dalam kegiatan ilmiah yang akan dilakukan, serta memperoleh wawasan baru dalam bidang Ilmu Komunikasi.

1. Saran Praktis

Melalui penelitian ini, peneliti menyarankan kepada para pelaku bisnis, termasuk Batik Keris agar dapat menerapkan serta mengembangkan konsep dan strategi komunikasi pemasaran yang lebih baik lagi dikala persaingan global yang semakin meningkat. Tidak hanya melalui kegiatan *word of mouth* saja, namun menggunakan saluran komunikasi pemasaran lainnya agar tidak hanya sampai pada tahap pembentukan *brand awareness* saja tapi lebih kepada tahap keputusan pembelian pada konsumen atau khalayak yang dituju.