

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan terhadap penelitian yang sudah dilakukan yaitu :

1. Komunikasi pemasaran *word of mouth* di Ganevo terjadi antara konsumen yang memberikan rekomendasi dengan calon konsumen yang ingin bergabung karena kebutuhan yang bisa didapatkan dari Ganevo *Management*.
2. Ganevo *Management* memiliki strategi yang bisa memaksimalkan komunikasi pemasaran *word of mouth* diantara lain seperti publikasi rutin pada media sosial, promosi dengan mengikuti perlombaan, promosi dengan kerja sama bersama *brand* terkenal, promosi dengan *event*, dan evaluasi rutin dengan konsumen.
3. Komunikasi pemasaran *word of mouth* adalah hal yang tidak disengaja atau dikonstruksi awalnya oleh Ganevo, hal tersebut merupakan keinginan pribadi yang terjadi antara konsumen mereka dengan calon konsumen.
4. Komunikasi pemasaran *word of mouth* diterapkan oleh Ganevo *Management* menggunakan metode *buzz marketing*, *community marketing*, *influencer marketing*, dan *viral marketing*.
5. Komunikasi pemasaran *word of mouth* yang terjadi pada Ganevo *Management* menimbulkan *brand trust* yang bisa mempengaruhi tindakan dari calon konsumen Ganevo.

5.2 Saran

1. Setelah mengetahui komunikasi pemasaran *word of mouth* memiliki peranan besar dalam kesuksesan *Ganevo Management* dalam mendapatkan konsumen maka perlu dimaksimalkan strategi dalam menjaga komunikasi pemasaran *word of mouth*. Hal perlu dijaga adalah menjaga kualitas serta menyebarkan informasi yang informatif untuk diakses bagi calon konsumen.
2. Memperbanyak wadah untuk komunikasi pemasaran *word of mouth* yang terjadi sehingga meningkatkan intensitas komunikasi pemasaran *word of mouth* terjadi.
3. Untuk peneliti selanjutnya semoga bisa meneruskan penelitian ini dengan lebih banyak referensi dan data sehingga terciptanya hasil penelitian yang lebih maksimal

