

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan analisis jalur mengenai faktor-faktor *antecedents* WOM terhadap keputusan mengikuti umrah di KBIH Daarut Tauhiid Bandung dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan jemaah umrah sebagai responden penelitian mengenai faktor-faktor *antecedents* WOM diperoleh penilaian yang baik. Penilaian tertinggi pada sub variabel WOM adalah faktor personal merupakan faktor yang paling kuat, sedangkan penilaian terendah diperoleh oleh karakteristik situasional.
2. Tanggapan jemaah umrah mengenai keputusan mengikuti umrah di KBIH Daarut Tauhiid Bandung secara umum mendapatkan penilaian yang baik dari responden. Penilaian tertinggi adalah dari indikator tingkat kemungkinan besar menggunakan jasa setelah mendapatkan informasi, sedangkan penilaian terendah adalah indikator tingkat keputusan mengikuti umrah berdasarkan kepopuleran KBIH DT Bandung.
3. Faktor-faktor *antecedents* WOM yang terdiri dari faktor personal, faktor interpersonal, karakteristik pesan dan karakteristik situasional memiliki

pengaruh signifikan secara simultan. Secara parsial, hanya dua sub variabel yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mengikuti umrah, yaitu karakteristik pesan dan karakteristik situasional.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di KBIH Daarut Tauhiid Bandung, maka penulis memberikan beberapa saran yang perlu dilakukan yaitu:

1. Pihak manajemen KBIH Daarut Tauhiid sebaiknya terus meningkatkan kualitas kinerja pelayanan baik secara langsung maupun pelayanan tidak langsung, dalam rangka meningkatkan informasi positif atau WOM positif yang dapat meningkatkan jumlah konsumen/pelanggan sehingga dapat meningkatkan profitabilitas lembaga maupun perusahaan.
2. Dalam upaya meningkatkan citra dan kepopuleran KBIH DT Bandung, pihak manajemen sebaiknya mengaktifkan kembali informasi dalam dunia maya, seperti website dan jejaring sosial, dan dikelola secara khusus dan fokus oleh staff pemasaran, karena WOM pun perlu dikelola dengan baik mengingat telah majunya teknologi dan kecepatan informasi dewasa ini. Dengan begitu, calon jemaah/pelanggan dapat mendapatkan informasi dengan baik serta apabila ditemui informasi negatif pun dapat dikonfirmasi secara langsung, sehingga dapat mempertahankan citra KBIH DT Bandung yang sudah sangat baik di masyarakat.
3. Dalam rangka meningkatkan kenyamanan berinteraksi antara tamu/jemaah dengan penyedia jasa dikantor, direkomendasikan agar KBIH DT Bandung

berupaya menambah dekorasi interior kantor, seperti memperindah ruangan sehingga rasa atau *feel* tanah suci dapat dirasakan oleh tamu ketika berkunjung ke kantor KBIH DT Bandung. Selain itu, diharapkan pihak manajemen KBIH DT Bandung memberikan kenyamanan kepada tamu ketika mereka berkunjung ke kantor KBIH, seperti ruang tunggu yang nyaman dan menyenangkan dan sistem antri dengan pemberian nomor antri apabila tamu yang berkunjung sangat banyak.

4. Keterbatasan penelitian ini belum cukup menghasilkan WOM sebagai sikap dan perilaku penerima sehubungan dengan WOM yang sangat penting dalam menentukan dampak akhir dan aspek ini perlu investigasi lebih lengkap.
5. Direkomendasikan pada penelitian selanjutnya mengenai WOM dengan mengkhususkan pada konteks kekuatan pesan dan memperluas penelitian ini pada komunikasi WOM ke konteks *online*, terutama mengingat fokus saat ini di jejaring sosial dan *website*.