

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada konsumen Erha *Clinic* Cimanuk Bandung pengguna media sosial foursquare mengenai pengaruh *word of mouth communication* terhadap keputusan pembelian maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran *word of mouth communication* konsumen Erha *Clinic* Cimanuk Bandung berada pada kategori baik. Dilihat dari aspek tertinggi pada indikator valence yaitu didapatkannya informasi positif dari pasien lama ke pasien baru mengenai Erha *Clinic* Cimanuk Bandung
2. Gambaran keputusan pembelian konsumen Erha *Clinic* Cimanuk Bandung berada pada kategori cukup baik. Dilihat dari aspek tertinggi pada indikator keragaman produk yaitu Erha *Clinic* mempunyai keragaman produk dan jasa yang ditawarkan sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membeli lebih banyak produk dan jasa Erha *Clinic* Cimanuk Bandung.
3. Diketahui bahwa *word of mouth communication* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian Konsumen Erha *Clinic* Cimanuk Bandung pengguna media sosial foursquare. Hal ini berarti keputusan pembelian dipengaruhi *word of mouth communication*. Koefisien korelasi yang diperoleh menunjukkan terdapat hubungan yang aga rendah antara *word of mouth communication* dengan keputusan pembelian.

5.2 Saran

1. Agar terciptanya hubungan yang baik antara konsumen dengan perusahaan sebaiknya perusahaan memfasilitasi konsumen untuk dapat berkomunikasi dengan perusahaan, caranya adalah dengan membuat akun media sosial sebagai sarana komunikasi dengan para konsumennya. Dengan begitu konsumen dapat bertukar pikiran dengan konsumen lain dan membicarakan mengenai produk dan jasa perusahaan.
2. Agar terpenuhinya harapan konsumen mengenai pelayanan yang lebih baik, sebaiknya perusahaan lebih sering mengadakan event-event untuk dapat menarik konsumen baru dan untuk dapat menjaga hubungan dengan konsumen lama.
3. Agar dapat menjaga hubungan dengan konsumen sebaiknya perusahaan lebih sering memberikan discount untuk para konsumennya.
4. Dari saran diatas sekiranya dapat memberi masukan yang baik bagi perusahaan sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam hal manajemen untuk kedepannya. Selain itu perusahaan dapat membandingkan hasil penelitian ini dengan hasil penelitian sebelumnya sebagai bahan acuan untuk penetapan kebijakan yang berhubungan dengan *word of mouth communication* guna meningkatkan keputusan pembelian.