

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di kedai ngadimsum, maka peneliti menyimpulkan strategi pemasaran ngadimsum melalui *word of mouth* sudah cukup efektif dan berjalan dengan baik pada konsumen ngadimsum dengan memberikan kepuasan dan pelayanan terbaik pada konsumen dan mempertahankan cita rasa produk dengan baik dan segmentasi, targeting dan positioning pada pemasaran ngadimsum ini komunikasi pemasarannya juga sudah dilakukan dengan baik.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka simpulan penelitian ini adalah:

1. Strategi Komunikasi Pemasaran Segmentasi Ngadimsum Melalui *Word of Mouth* adalah memaksimalkan koneksi dan juga relasi dari orang-orang terdekat, kepuasan pelanggan yang disampaikan dari mulut ke mulut, keefektifkan dari proses *word of mouth* berdasarkan dari pengalaman dan respon pribadi, interaksi yang baik antara konsumen dengan pelayan, memasarkan harga yang dapat dijangkau semua kalangan, mendapatkan pelanggan daerah sekitar dengan melihat gaya hidup pelanggan dan memberikan kenyamanan kepada para pelanggan yang telah diketahui bagaimana perilakunya, dan keefektifan dengan dapat mencapai berbagai kalangan dan berbagai usia.
2. Target Komunikasi Pemasaran Ngadimsum melalui *Word of Mouth* adalah menjangkau semua kalangan dengan daya tarik berupa kualitas

dari produk dan juga proses pelayanan yang ditawarkan, dan targeting pemasarannya dikembangkan dengan lebih luas lagi dan juga dapat menjangkau semua kalangan yang lebih banyak dan universal maka akan berjalan lebih efektif.

3. Strategi Komunikasi Penempatan Target Pemasaran Ngadimsum Melalui *Word of Mouth* adalah memberikan keunggulan dalam hal kualitas dan juga kuantitasnya, dengan menyediakan harga yang terjangkau namun kualitas yang ditawarkan tidak murahan, dan positioning sangat efektif karena jangkauannya sesuai target dan juga segmen ngadimsum.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoritis, yaitu:

1. Mengembangkan kajian ilmu komunikasi
2. Mengembangkan ilmu komunikasi pemasaran

5.2.2. Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis, yaitu:

1. Sebagai sarana pengembangan pemasaran kepada pedagang dalam meningkatkan pemasaran
2. Membuat pengembangan pemasaran untuk menggunakan *electronic word of mouth*
3. Menjadikan referensi bagi peneliti selanjutnya