

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada Bab V ini merupakan akhir dari penelitian yang telah dilakukan oleh Peneliti. Dalam Bab ini Peneliti akan menjabarkan kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian dan juga saran yang Peneliti berikan untuk PO. Gunung Harta Kota Bandung dan Peneliti berikutnya:

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Pembicara (*Talkers*) pada penelitian ini adalah konsumen dari bus Gunung Harta yang berbagi pengalamannya kepada orang lain dan juga pihak staff bagian *ticketing* bus PO. Gunung Harta di Kota Bandung. Kesan yang baik yang diterima oleh konsumen membuat konsumen tertarik sebagai pembicara (*Talkers*) untuk merekomendasikan bus Gunung Harta melalui *Word Of Mouth (WOM)* kepada orang lain. Pendekatan PO. Gunung Harta kepada konsumen dan calon konsumen yang berperan sebagai partisipasi lawan bicara (*Talking Part*) ialah dengan cara mengimplementasikan visi dan misi perusahaan kepada konsumen melalui pelayanan yang baik dan tidak hanya sekedar transaksi jual-beli tiket saja, melainkan melakukan pendekatan pada konsumen dengan berkomunikasi yang baik serta tidak lupa memberikan informasi secara lengkap tentang bus Gunung Harta.
2. Topik atau pesan yang disampaikan konsumen dan staff *ticketing* bus Gunung Harta berperan penting dalam proses komunikasi dari mulut ke mulut untuk merekomendasikan kepada calon konsumen agar dapat

menarik minat calon konsumen yang belum menggunakan bus Gunung Harta, topik dapat berlangsung secara terus menerus selama pembicara dan partisipasi lawan bicara saling tertarik untuk berbagi pengalamannya menggunakan bus Gunung Harta. Topik yang biasanya disampaikan konsumen bus Gunung Harta ini adalah berawal dari konsumen yang merasa senang dan puas menggunakan bus Gunung Harta. Kemudian dari pelayanan, harga dan fasilitas yang tersedia di bus Gunung Harta. Penyampaian pesan atau topik dari konsumen dalam penelitian ini adalah melalui *Word Of Mouth (WOM)* yang dilakukan dari mulut ke mulut serta melalui *Electronic-Word Of Mouth (E-WOM)* berupa ulasan konsumen di akun instagram milik Gunung Harta @ghs\_gununghartasolutions.

3. Alat atau media yang digunakan PO. Gunung Harta melalui *Word Of Mouth (WOM)* dalam menarik minat konsumen untuk menggunakan bus Gunung Harta ialah melalui sosial media instagram yang dimiliki PO. Gunung Harta dengan akun @ghs\_gunungharta.solutions dari ulasan konsumen pada kolom komentar. Akun tersebut memuat informasi seputar bus Gunung Harta dengan postingan dan konten yang bersifat informatif untuk konsumennya. Ulasan atau *review* konsumen akan ditinjau berdasarkan beberapa indikator dari intensitas membaca ulasan konsumen, memberikan ulasan positif, dan membaca pengalaman konsumen sebelumnya. Ulasan atau *review* dari konsumen yang sebelumnya sangat penting untuk menarik perhatian para calon konsumen dan dapat meyakinkan mereka untuk mencoba menggunakan transportasi umum bus Gunung Harta.

4. Partisipasi lawan bicara yang dimaksud pada *dimensi Word Of Mouth (WOM)* dalam PO. Gunung Harta merupakan calon konsumen dari bus Gunung Harta itu sendiri. Hal ini dilakukan atas dasar calon konsumen tertarik dengan pesan atau topik yang disampaikan pembicara yang merupakan konsumen yang memiliki pengalaman yang menggunakan bus Gunung Harta. Beberapa pendekatan yang membuat calon konsumen tertarik dengan topik yang disampaikan konsumen yakni, untuk mendapat informasi dari orang yang dipercayai tentang bus gunung harta, dan untuk mengurangi keraguan calon konsumen untuk mencoba bus gunung harta.
5. Pengawasan yang dilakukan PO. Gunung Harta Kota Bandung ialah dengan menjamin ketepatan waktu, keamanan dan kenyamanan konsumen pada saat menggunakan bus Gunung Harta serta memantau respon konsumen agar perusahaan dapat mempelajari masukan yang positif ataupun negatif dari konsumen. Hal ini dilakukan dengan berfokus pada konsumen. Pengawasannya bersifat *informal* karena tidak ada arahan resmi dari kantor pusat Malang.

Kesimpulan pada penelitian ini ialah strategi pembicaranya ialah melalui pihak PO. Gunung Harta sebagai pembicara pertama yang mengajak konsumen dalam menarik minat untuk menggunakan bus Gunung Harta di Kota Bandung. Pihak PO. Gunung Harta meneruskan pada konsumen sebagai pembicara yang menggunakan bus Gunung Harta dengan berbagi pengalamannya dan merekomendasikan bus Gunung Harta kepada orang lain sehingga hal tersebut dapat menarik minat calon konsumen baru, topik yang muncul dari konsumen

sebagai pembicara melalui *word of mouth* ini terjadi atas dasar kepuasan konsumen menggunakan bus gunung harta, media yang digunakan PO. Gunung Harta dalam menarik minat konsumennya yakni melalui instagram sebagai wadah informasi dan memudahkan konsumen untuk dapat mempublikasikan pikiran, dan pendapatnya melalui ulasan komentar di instagram. Partisipasi calon konsumen sebagai lawan bicara dilakukan atas dasar tertarik dengan topik yang disampaikan konsumen bus gunung harta melalui *word of mouth (WOM)*, serta pengawasan yang dilakukan PO. Gunung Harta ialah dengan cara memantau konsumen dan mengawasi kinerja staff karyawan PO. Gunung Harta, pengawasan tersebut masih bersifat informal.

## **5.2 Saran**

Setelah Peneliti melakukan proses penelitian, Peneliti dapat memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh Kantor Perwakilan PO. Gunung Harta Cabang Kota Bandung sebagai berikut:

### **5.2.1 Saran Bagi Perusahaan Otobus (PO) Gunung Harta Cabang Kota Bandung**

1. PO. Gunung Harta diharapkan dapat menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang lain misalnya gencar melakukan promosi melalui periklanan, *personal selling* dan *direct marketing* agar tidak hanya mengandalkan dari *word of mouth* saja dengan tujuan agar perusahaan dapat berkembang lebih baik lagi dan tidak tertinggal dengan perusahaan lainnya.
2. PO. Gunung Harta diharapkan dapat meningkatkan pengawasan kepada konsumennya dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran, seperti

misalnya PO. Gunung Harta dapat melakukan pengawasan tersebut dengan memberikan SOP ketika penumpang menaiki bus.

3. PO. Gunung Harta diharapkan dapat melakukan pengawasan secara formal agar lebih mengoptimalkan kinerja karyawannya dan memantau respon konsumen secara berkala agar perusahaan dapat maju menjadi lebih baik lagi.

### **5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

Adapun saran untuk Peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk membaca dan mencari referensi mengenai hal yang akan diteliti agar memperoleh wawasan yang lebih luas lagi.
2. Peneliti selanjutnya dapat lebih mempersiapkan diri dalam pelaksanaan penelitian secara fisik dan mental.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjalankan penelitian dengan mengelola waktu dengan baik agar penelitian dapat berjalan maksimal.
4. Peneliti selanjutnya dapat mencari terlebih dahulu tempat penelitian sebelum merumuskan judul agar mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan.
5. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih gesit dalam mencari informan dan lebih gencar mencari jawaban dari permasalahan yang ada.