

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang positif antara, antara kualitas pelayanan dengan komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth communication* pada siswa ILP Panglima Polim Jakarta dapat hal ini ditunjukkan dari persamaan regresi $\hat{Y} = 40,50 + 0,38 X$, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth communication*.

Besar variasi komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth communication* ditentukan oleh terjadinya kualitas pelayanan sebesar 27,04%. Hubungan hubungan antara kualitas pelayanan (variabel X) dengan komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth communication* (variabel Y) adalah linier dengan nilai regresi signifikan $F_{hitung} (28,16) > F_{tabel} (3,96)$ dan nilai regresi linier $F_{hitung} (0,79) < F_{tabel} (1,72)$.

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth communication* terlihat bahwa

indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator pribadi, yaitu sebesar 50,27%. Sedangkan, indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator informasi produk, yaitu sebesar 49,73%. Pada variabel kualitas pelayanan terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator ketepatan waktu yaitu sebesar 51,33%. Sedangkan, indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator pengetahuan, yaitu sebesar 24,58%.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, variabel komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth communication* pada siswa ILP Panglima Polim Jakarta ditentukan oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 27,04% sisanya sebesar 72,76% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yaitu tingkat promosi dan interaksi antara pegawai dengan konsumen.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth communication* pada siswa ILP Panglima Polim Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor dalam menentukan peningkatan komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth communication*.

Impilikasi dari penelitian ini adalah ILP Panglima Polim Jakarta harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik, agar konsumen tidak tertarik dan berpindah pada perusahaan jasa pesaing lainnya.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa pribadi (tertinggi) adalah faktor yang paling dominan. Maka untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth communication*, sebaiknya perusahaan harus menjaga tingkat kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen. Agar konsumen merasa nyaman dan senang dalam berhubungan dengan perusahaan sehingga konsumen melakukan komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth communication* positif. Kemudian informasi produk (terendah) juga mendukung komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth communication*, hal ini dapat diwujudkan dengan memperbaiki keandalan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Sehingga konsumen akan merasa puas terhadap perusahaan, dalam hal ini ILP Panglima Polim Jakarta kemudian konsumen melakukan komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth communication* positif

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam rangka meningkatkan komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth communication* adalah:

1. Perusahaan sebaiknya mempertahankan kualitas pelayanannya secara berkesinambungan untuk tetap menjaga kepercayaan konsumennya.
2. Perusahaan sebaiknya memperhatikan strategi komunikasi pemasaran melalui pengembangan komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth*

communicaitaion positif, yang sebaiknya difokuskan pada kelompok konsumen yang terbukti banyak melakukan aktifitas komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth communication*.

3. Perusahaan sebaiknya memberikan informasi produk berupa brosur dll dan kepada konsumen melalui berbagai media dalam menghadapi komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth communication* negatif yang merugikan perusahaan.