

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil temuan penelitian yang dilakukan, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi promosi *word of mouth* yang diterapkan oleh Ruang Cukur merupakan strategi yang dianggap cukup efektif dan tidak membutuhkan biaya yang besar dan *word of mouth* sendiri mampu menyakinkan calon pelanggan terhadap jasa pelayanan Ruang Cukur *Barbershop* karena rekomendasi dari orang terdekat sehingga mampu dipercaya. Strategi yang dilakukan pada awalnya hanya melalui orang terdekat saja kemudian Ruang Cukur *Barbershop* bekerjasama dengan Salon Naya *Beauty* untuk mempromosikan *barbershop* dengan memberikan *loyalty card* atau *voucher* yang diharap mampu membuat pelanggan merekomendasikan Ruang Cukur kepada orang lain.
2. Strategi promosi *word of mouth* dalam menghadapi persaingan bisnis pada Ruang Cukur *Barbershop* yaitu menganalisis pesaing dengan mengidentifikasi pesaing, tujuan, kekuatan dan kelemahan pesaing. Ruang Cukur *Barbershop* fokus untuk menjaga loyalitas pelanggan, menjaga image Ruang Cukur *barbershop* dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang disediakan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan sebagai baha evaluasi atau masukan, sebagai berikut:

1. Bagi Ruang Cukur *Barbershop*

Ruang Cukur *Barbershop* dalam pelayanannya sudah bagus dan mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan dan hal tersebut harus tetap dijaga dan dipertahankan agar pelanggan tidak berpindah dengan jasa potong rambut pesaing. Ruang Cukur *Barbershop* harus mampu mengolah atau lebih update terkait pengelolaan sosial media agar lebih aktif lagi, lebih sering memposting atau membuat *story* saat proses pelayanan. Serta meningkatkan promosi dengan lebih baik lagi.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian lebih jauh lagi terkait dengan strategi promosi *word of mouth*. Penelitian ini hanya berfokus pada strategi *word of mouth* dalam menghadapi persaingan bisnis sehingga penting untuk dilakukan pengembangan terhadap penelitian ini dengan menggunakan teori yang berbeda agar lebih baik dan dapat menyempurnakan penelitian-penelitian sebelumnya.