

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Peran Promosi *Word Of Mouth* Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Ada Sate Ayam Ponorogo Pak Siboen Kota Kediri”, maka penulis menyimpulkan hasil yang telah didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi promosi yang diterapkan oleh sate ayam ponorogo pak siboen adalah promosi *word of mouth* (mulut ke mulut). Strategi ini sudah dipertahankan sejak lama hingga sekarang dan menjadi strategi paling efektif bagi sate ayam ponorogo pak siboen. Hal ini dilatar belakangi oleh konsumen yang lebih mempercayai informasi yang berasal dari orang yang dikenal, yaitu teman, kerabat maupun saudara. Dengan konsumen merasa puas dengan menu – menu di sate ayam ponorogo pak siboen, sehingga mereka merekomendasikan jasa ini kepada orang. Adapun elemen – elemen dalam penerapan promosi *word of mouth* yang biasa disebut dengan 5T. Berikut adalah elemen – elemen 5T yang ada pada sate ayam Ponorogo pak siboen. *Talkers* (pembicara) yang dilakukan oleh para konsumen di sate ayam ponorogo pak siboen. *Topic* (Topik) berisi penilaian objektif mengenai kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan di sate ayam ponorogo pak siboen. *Tolls* (Alat) yang digunakan adalah mulut ke mulut dan sosial media konsumen. *Talking Part* (Partisipasi) dengan cara memberikan informasi dan menyakinkan konsumen bahwa rasa dari sate ayam ponorogo pak siboen ini enak. dan *Tracking* (Pengawasan) meminta dan memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memberikan kritik dan saran.

2. Strategi *word of mouth* yang diterapkan oleh sate ayam ponorogo pak siboen mengambil peran yang sangat penting dalam meningkatkan omzet penjualan karena mampu menjaga kestabilan tingkat penjualan tidak jarang juga meningkatkan penjualan. promosi ini juga sangat menghargai kejujuran seperti rasa yang enak, tempat yang nyaman, serta pelayanan yang baik dan ramah. Karyawan di sate ayam Ponorogo Pak Siboen memberikan layanan terbaik kepada konsumen dengan menyambut kedatangannya dengan senyuman serta sapaan lalu mempersilahkan kepada konsumennya untuk memilih tempat duduk sesuai keinginan mereka.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis di sate ayam ponorogo pak siboen, dengan segala kerendahan hati demi peningkatkan dan perbaikan pemasaran promosi di sate ayam ponorogo pak siboen, penulis memberikan saran sosial media sate ayam ponorogo pak siboen masih belum berjalan dengan maksimal dan lebih aktif lagi di sosial media agar menambah banyak jangkauan masyarakat yang mengetahui dan pemasaran dengan sate ayam Ponorogo Pak Siboen. Akan lebih baik jika sate ayam pak siboen mengkrekrut karyawan lagi supaya dalam pelayanannya lebih maksimal dan dalam promosi di sosial medianya pihak sate ayam ponorogo pak siboen membuat menyerahkan ke karyawannya yang menangani sosial media. Hal ini agar sate ayam ponorogo pak siboen tidak ketinggalan zaman dan mampu memasarkan produknya lebih luas lagi. Saat ini, pengguna sosial media di kalangan masyarakat yang sudah pesat ini. Jadi akan sangat menguntungkan jikalau sate

ayam ponorogo pak siboen juga memanfaatkan sosial media dalam memasarkan usahanya.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Diharapkan berguna sebagai acuan yang dapat memeberikan informasi mengenai tinjauan tentang promosi *word of mouth* dalam meningkatkan omzet penjualan.