

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Word of Mouth* (X) dan *Brand Awareness* (Y).
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Word of Mouth* (X) dan *Organism* (Z).
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Organism* (Z) dan *Brand Awareness* (Y).
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Word of Mouth* terhadap *Brand Awareness* dengan *Organism* sebagai variabel intervening.
5. Dari analisis jalur disimpulkan bahwa *Word of Mouth* memiliki pengaruh langsung terhadap *Brand Awareness* sebesar 23,2% dan pengaruh tidak langsung sebesar 25,2%. Hal ini disebabkan adanya variabel mediasi atau intervening yaitu *Organism*, sehingga besar pengaruh total adalah sebesar 48,4%.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan setelah memperhatikan kesimpulan-kesimpulan di atas, dapat dikemukakan saran yang diharapkan dapat

bermanfaat yaitu sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*. Dengan kata lain, pihak *Barbershop Eleven Haircuts* lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat meningkatkan *Word of Mouth* di para pelanggan yang berguna untuk meningkatkan *brand awareness* perusahaan. Sebagai contoh; menyediakan fasilitas *Wi-Fi* gratis ataupun televisi untuk customer yang sedang menunggu antrian. Dapat juga, melakukan promosi potongan harga, ataupun promosi apabila sudah melakukan sepuluh kali menggunakan jasa *Barbershop Eleven Haircuts* dapat satu kali gratis jasa potong rambut di *Barbershop Eleven Haircuts*. Berkaitan dengan hasil pra survei bahwa sebanyak 96,7% pelanggan merasa kesulitan dalam mendapatkan informasi mengenai *Barbershop Eleven Haircuts*, *barbershop* ini dapat menggunakan platform media sosial dalam meningkatkan *brand awareness* perusahaan.
- b. Bagi para *Capster*, haruslah meningkatkan mutu pelayannya dalam menanggapi keinginan model potongan rambut pelanggan agar para pelanggan mendapatkan kepuasan sehingga para pelanggan senang dan puas, hal tersebutlah yang dapat meningkatkan *Word of Mouth* di para pelanggan yang berguna untuk meningkatkan *brand awareness* perusahaan.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melanjutkan penelitian dengan menggunakan variabel-variabel lain di luar variabel-variabel yang telah diteliti, seperti tagline.