BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian mengenai *word of mouth* terhadap minat beli produk indosat ooredoo. Maka kesimpulan dari penelitian ini adalah Variabel *word of mouth* terhadap minat beli konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan, hal ini menunjukakan bahwa semakin banyak yang membicarakan dan merekomendasikan perdana internet indosat ooredoo maka akan semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap perdana internet indosat ooredoo.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan Indosat Ooredoo

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk membantu memberikan informasi sebagai bahan pertimbangan keputusan dan evaluasi kebijakan dalam strategi bisnis yang tepat dan efektif agar mempertahankan aspek *word of mouth* sebagai faktor yang berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa, terlebih

pada masa pandemi dimana mahasiswa sangat membutuhkan paket internet yang murah dan berkwalitas.

2. Bagi akademik

Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur dan memberikan tambahan referensi pada perpustakaan IAIN Tulungagung dan menambah pengetahuan serta informasi kepada pembaca dan mahasiswa di bidang Ekonomi Syariah yang berkaitan dengan *word of mouth* terhadap minat beli produk.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dan bahan koreksi serta pertimbangan bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam hal pemasaran suatu produk. Peneliti selanjutnya hendaknya melakukan eksplorasi lebih mendalam menegenai variabel *word of mouth* yang secara parsial berpengaruh terhadap minat beli.