

BAB V SIMPULAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh *social media marketing*, *service quality*, dan *brand image* terhadap keputusan penggunaan jasa pada studi foto Balcksweet. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah konsumen yang memutuskan menggunakan jasa pada studi foto Balcksweet. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan pembahasan hasil peneitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. *Social media marketing* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan jasa pada Studi Foto Blacksweet. Artinya peran *social media marketing* dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa pada Studi Foto Blacksweet. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa *social media marketing* akan berdampak pada keputusan penggunaan jasa pada Studi Foto Blacksweet.
2. *Service quality* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan jasa pada Studi Foto Blacksweet. Artinya peran *service quality* dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa pada Studi Foto Blacksweet.

Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa *service quality* akan berdampak pada keputusan penggunaan jasa pada studi foto Balcksweet

3. *Brand image* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan jasa pada studi foto Balcksweet. Artinya peran *brand image* dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa pada studi foto Balcksweet. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa *brand image* akan berdampak pada keputusan penggunaan jasa pada studi foto Balcksweet.
4. *Social media marketing*, *service quality*, dan *brand image* mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan jasa pada studi foto Balcksweet. Artinya peran ketiga variabel tersebut dalam penelitian ini sangat penting untuk terhadap keputusan penggunaan jasa pada studi foto Balcksweet.

5.2. Keterbatasan

Peneliti menyadari jika dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *brand image*, *service quality* dan *social media marketing* terhadap keputusan penggunaan jasa pada Studio Foto Blacksweet di Kebumen ini masih jauh dari kata sempurna. Hal ini terjadi karena adanya keterbatasan yang terjadi dalam penelitian dan tidak bisa untuk dihindarkan. Keterbatasan-keterbatasan yang mempengaruhi hasil penelitian ini antara lain:

1. Penelitian mengalami keterbatasan dalam pengambilan data-data terkait yang berhubungan dengan data internal pada Studi Foto Blacksweet, karena data tersebut merupakan data privasi yang tidak diijinkan oleh

owner untuk dipublikasikan sehingga peneliti hanya mendapatkan data berdasarkan observasi dan wawancara sebagai gambaran yang terjadi pada tempat penelitian.

2. Penelitian mengalami keterbatasan dalam pengambilan melakukan wawancara kepada owner, karena kesibukan owner yang sulit untuk ditemui, peneliti hanya dapat bertemu dengan owner untuk melakukan wawancara dengan durasi waktu yang tidak lama atau singkat, sehingga dalam wawancara tidak bisa mendapatkan hasil wawancara yang maksimal.

5.3. Implikasi

Saran yang dapat disampaikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

5.3.1. Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh yang paling mendominasi dari ketiga variabel yang mempengaruhi Keputusan menggunakan jasa pada studio foto Blacksweet yaitu variabel Brand Image, sedangkan variabel yang memiliki pengaruh paling kecil yaitu *Service Quality*. Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen Blacksweet untuk lebih meningkatkan lagi *Service Quality pada Studio Foto Blacksweet* secara represif seperti menyediakan ruang ganti khusus, menambah beberapa ruangan agar konsumen tidak perlu

mengantri dan menambah ruang toilet kerana hanya terdapat 1 toilet.

5.3.2. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis merupakan sebuah cerminan bagi setiap penelitian dimana implikasi teoritis memberikan gambaran mengenai rujukan-rujukan yang dipengaruhi dalam penelitian ini. Untuk lebih jelasnya implikasi teoritis pada penelitian ini yaitu dengan adanya peran dari *social media marketing*, keputusan penggunaan jasa akan lebih besar karena *social media* bisa menjangkau konsumen lebih luas. Hal tersebut dapat menjangkau konsumen dari berbagai wilayah untuk dapat menggunakan suatu layanan jasa yang ada. Penelitian tentang *social media marketing* terhadap *purchase decision* atau keputusan pembelian telah dilakukan oleh (Dewi et al., 2021) pada Givanda *store* Denpasar dengan hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara *social media marketing* terhadap *purchase decision*. *Service quality* merupakan ukuran seberapa baik pelayanan tersebut pada tingkat yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Memberikan layanan berkualitas berarti memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *service quality* yang diberikan mampu mempengaruhi tingkat keputusan penggunaan jasa pada studio foto Blacksweet. Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh

(Reva Rizkiyanti, 2020) pada *Memos Travel* dengan hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara *service quality* terhadap *purchase decision*. *Brand Image* merupakan perasaan positif dan negatif tentang *brand* ketika masuk ke pikiran konsumen secara tiba-tiba atau ketika mereka mengingatkan suatu produk. Penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad al., 2022) pada pelanggan Lazada di Jakarta dan Depok dengan hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara *brand image* terhadap *purchase decisio*.

