

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa pada penggunaan Studio Foto Blacksweet maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand Awareness* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa, artinya bahwa semakin sadar terhadap merek yang mudah diingat dan mudah dikenal dalam benak konsumen maka dapat mempengaruhi keputusan penggunaan jasa di Studio Foto Blacksweet Kebumen.
2. *Service Quality* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa, artinya bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen, seperti kelengkapan properti ataupun kecepatan respon dari *crew* studio dan mampu dirasakan baik pula oleh konsumen, maka semakin mempengaruhi keputusan penggunaan jasa di Studio Foto Blacksweet Kebumen.
3. *Social Media Marketing* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa, artinya bahwa pemasaran dalam media sosial yang memberikan informasi tambahan melalui konten visual yang menarik serta dapat meningkatkan *engagement* dengan *followers*. Semakin konsumen mengetahui pemasaran melalui media sosial dengan baik maka semakin besar keputusan penggunaan jasa di Studio Foto Blacksweet.

4. Dari hasil Uji F menunjukkan angka sebesar 63.704 yang mana lebih besar dari F_{tabel} yaitu 2.70 dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut berarti bahwa variabel *brand awareness*, *service quality*, dan *social media marketing* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pada Studio Foto Blacksweet Kebumen.

5.2. Keterbatasan

Peneliti menyadari jika dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *brand awareness*, *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 ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa pada Studio Foto Blacksweet di Kebumen, hanya terbatas pada *brand awareness*, *service quality* dan *social media marketing*.
2. Penelitian ini melibatkan konsumen yang berusia minimal 17 tahun, pernah melihat akun media sosial dan atau berinteraksi dengan akun media sosial Blacksweet serta pernah menggunakan jasa pemotretan di Studio Foto Blacksweet dengan jumlah 100 orang.
3. Penelitian ini menggunakan *google form* dalam penyebaran kuesionernya. Kelemahan menggunakan *google form* yaitu peneliti tidak

bisa berbicara langsung kepada responden dan juga tidak sedikit banyak responden yang enggan untuk mengisi *google form*.

5.3. Implikasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand awareness*, *service quality* dan *social media marketing* terhadap keputusan penggunaan jasa. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti memberikan implikasi praktis dan implikasi teoritis berkaitan dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan. Berikut adalah implikasi dari penelitian:

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran bagi Studio Foto Blacksweet terkait hasil penelitian ini, antara lain:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Awareness* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa. Hal ini membuktikan bahwa *brand awareness* mampu mempengaruhi keputusan penggunaan jasa pada Studio Foto Blacksweet. Namun, berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dari hasil kuesioner *online* pada variabel *brand awareness* pada butir pernyataan keempat mendapatkan jumlah skor terendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang cukup rendah terhadap keinginan lebih memilih melakukan pemotretan di Blacksweet Studio daripada studio foto

lain. Berdasarkan hasil analisis pada variabel *brand awareness* dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen Studio Foto Blacksweet untuk mempertahankan dan meningkatkan ciri khas tersendiri agar semakin mudah diingat dan memiliki kesan yang berbeda dengan studio foto yang lain sehingga kesadaran merek konsumen akan meningkatkan keputusan penggunaan jasa.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa. Hal ini membuktikan bahwa *service quality* mampu mempengaruhi keputusan penggunaan jasa pada Studio Foto Blacksweet. Namun, berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dari hasil kuesioner *online* pada variabel *service quality* pada butir pernyataan pertama mendapatkan jumlah skor terendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang cukup rendah terhadap properti pemotretan yang ada di Blacksweet lengkap. Berdasarkan hasil analisis pada variabel *service quality* dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen Studio Foto Blacksweet agar perusahaan mampu meningkatkan kualitas pelayanan dalam kategori properti untuk menunjang ketika sesi pemotretan agar lebih *up-to date* atau kekinian serta bervariasi. Konsisten memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen akan meningkatkan keputusan penggunaan jasa.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social media marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa. Hal ini membuktikan bahwa *social media marketing* mampu mempengaruhi keputusan penggunaan jasa pada Studio Foto Blacksweet. Namun, berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dari hasil kuesioner *online* pada variabel *social media marketing* pada butir pernyataan pertama mendapatkan jumlah skor terendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang cukup rendah terhadap akun Blacksweet Studio berkolaborasi dengan pengguna akun lain untuk menyebarkan informasi layanan jasa. Berdasarkan hasil analisis pada variabel *social media marketing* dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen Studio Foto Blacksweet agar perusahaan mampu meningkatkan penggunaan media sosial untuk dapat berkolaborasi dengan pengguna akun lain baik dengan akun pendukung seperti MuA Wedding, *Wedding Organizer* ataupun vendor sejenis. Hal tersebut dapat meningkatkan keputusan penggunaan jasa.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, tentunya penelitian ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu peneliti akan memberikan saran bagi peneliti selanjutnya antara lain:

1. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Luluk Nur Azizah, Yunni Rusmawati DJ, Diah Ayu Novitasari (2021) bahwa *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa Delivery Cak Ed Di Kota Lamongan.
2. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfiatul Maulida (2022) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Zafi Studio di Mangaran Situbondo.
3. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andri Budi Santosa, Yulies Rianto (2021) *Social Media Marketing* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Jasa GPhoto.