

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, ditemukan bahwa variabel Harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa Griya Rias Sriwedari Wedding organizer. Namun, variabel Promosi Sosial Media, Word of Mouth, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan secara positif berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial, rekomendasi dari mulut ke mulut, citra positif merek, dan kualitas pelayanan yang baik memiliki peran yang penting dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan layanan dari Griya Rias Sriwedari Wedding organizer.

B. Implikasi dan Saran

1. Implikasi

a. Bagi Griya Rias Sriwedari *Wedding organizer*

Griya Rias Sriwedari *Wedding Organizer* disarankan untuk mengoptimalkan strategi penetapan harga, memanfaatkan promosi sosial media secara efektif, dan terus memperkuat citra merek yang positif. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong keputusan mereka untuk menggunakan jasa.

b. Bagi Masyarakat

Masyarakat perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih jasa *wedding organizer*. Memahami pentingnya harga, kualitas pelayanan, citra merek dan penggunaan sosial media yang dapat membantu mereka membuat keputusan yang lebih terinformasi dan mendapatkan layanan yang sesuai dengan harapan mereka.

c. Bagi Akademisi

Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi lebih dalam tentang bagaimana harga dapat berperan dalam konteks yang berbeda atau bagaimana interaksi antara berbagai faktor seperti harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pelanggan.

2. Saran

a. Bagi Griya Rias Sriwedari *Wedding organizer*

Disarankan agar pihak Griya Rias Sriwedari *Wedding Organizer* fokus pada beberapa aspek utama untuk meningkatkan keputusan penggunaan jasa yaitu perlu mengoptimalkan strategi pemasaran dan memanfaatkan promosi sosial media dengan lebih efektif, membangun citra merek yang positif melalui branding yang kuat, peningkatan kualitas pelayanan harus untuk memastikan bahwa setiap aspek layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

b. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan untuk lebih teliti dan bijaksana dalam mencari informasi terkait jasa *Wedding Organizer* pada sosial media contohnya, mengenai kualitas pelayanan dan citra merek. Mereka sebaiknya melakukan riset mendalam dan membandingkan berbagai pilihan yang tersedia sebelum membuat keputusan.

c. Bagi Akademisi

Penelitian lain dapat mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor lain atau interaksi antar faktor mempengaruhi keputusan pelanggan. Selain itu, akademisi juga dapat menggunakan temuan ini untuk mengembangkan teori pemasaran jasa lebih lanjut dan memberikan rekomendasi praktis bagi industri sejenis.