

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sesuai dengan perhitungan menggunakan *SmartPLS* 4.0.9.6 sebagai berikut:

- a. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa *self* foto di Potrait Room Madiun. Hal ini terjadi karena Potrait Room menetapkan harga sesuai dengan kualitas serta pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Sebelum menetapkan harga pemilik dari studio Potrait Room mempertimbangkan terlebih dahulu apakah harga yang akan ditetapkan pada usaha mereka dapat diterima dengan baik oleh para calon konsumen. Maka dari hal tersebut memunculkan bahwa harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- b. Adanya pengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel *store atmosphere* terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa *self* foto di Potrait Room Madiun. Hal ini terjadi karena suasana toko yang ditawarkan oleh potrait room dinilai kurang menarik oleh konsumen sebab suasana toko merupakan hal sensitif yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa di studio foto tersebut. Suasana yang ditawarkan oleh Potrait Room Madiun haruslah dapat mempengaruhi serta memikat para calon pelanggan dengan dibantu *interior-interior* yang estetis agar terkesan mewah dan cantik. Maka dari itu pada saat melakukan pengonsepan harus dipertimbangkan dengan baik agar pemilihan tema tidak salah, sehingga dapat sesuai dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

- c. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa *self* foto di Potrait Room Madiun. Hal ini terjadi karena kualitas foto studio di Potrait Room Madiun selalu dijaga kualitasnya agar konsumen tidak kecewa dan berpindah ke tempat lain. Sebab kualitas produk mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk maupun jasa yang akan mereka gunakan.
- d. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel WOM (*word of mouth*) terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa *self* foto di Potrait Room Madiun. Hal ini terjadi karena informasi yang disampaikan oleh *owner* dan karyawan Potrait Room ke konsumen sesuai dengan realita dan data di lapangan. Informasi yang diterima oleh konsumen setelah menggunakan produk atau jasa dapat mempengaruhi keputusan pembelian calon konsumen yang lain. Sebab apabila informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan apa yang kita sampaikan ke konsumen tersebut maka mereka akan menyampaikan informasi yang berbeda sesuai yang mereka rasakan.

B. Implikasi dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran penulis merekomendasikan dari penelitian ini dibagi menjadi dua yakni saran untuk perusahaan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

a. Saran untuk Potrait Room

Berdasarkan hasil penelitian perlu dikatakan bahwa kedepannya tempat usaha harus tetap mempertahankan atau lebih memaksimalkan baik dari segi harga, kualitas produk serta informasi yang akan nantinya akan disampaikan oleh pelanggan dan khususnya ditingkatkan dan diperhatikan kembali mengenai suasana

toko yang ingin diciptakan kepada konsumen. Sehingga timbulah rasa ingin tahu atas pelayanan yang diberikan sehingga menimbulkan niat melakukan keputusan pembelian ke tempat tersebut.

b. Saran untuk peneliti selanjutnya

Penelitian ini menggunakan responden masyarakat Kota Madiun dan masyarakat Kota Madiun yang pernah menggunakan jasa *self* foto studio di Potrait Room. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah agar lebih baik dapat memperluas wilayah penelitian, seperti pada bagian yang lebih cukup luas lingkup wilayahnya. Penelitian selanjutnya pun dapat menggunakan variabel-variabel lain tidak hanya harga, *store atmosphere*, kualitas produk, WOM (*word of mouth*) dan keputusan pembelian.