

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan serta pembahasan mengenai Pengaruh Testimoni Pengguna Jasa Terhadap *Brand Image* Studio Foto *Afternoon Project* Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengakuan Testimoni Pengguna Jasa Terhadap *Brand Image* Studio Foto *Afternoon Project* Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa Pengakuan *followers* melalui Testimoni Pengguna Jasa yang dilakukan akun *@afternoon.project* pada media sosial Instagram dianggap mampu memaksimalkan Testimoni dari pengguna jasa sebagai media untuk membangun *Brand Image* kepada *Followersnya*.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kredibilitas Testimoni Pengguna Jasa Terhadap *Brand Image* Studio Foto *Afternoon Project* Bandung. Hal ini menunjukkan *followers* pada akun Instagram *@afternoon.project* merasa Testimoni Pengguna Jasa yang disampaikan oleh akun Instagram *@afternoon.project* sangat Kredibilitas sehingga hal ini dapat membangun citra positif pada studio foto *Afternoon Project*.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Rekomendasi Testimoni Pengguna Jasa Terhadap *Brand Image* Studio Foto *Afternoon Project* Bandung. Hal ini menunjukkan *followers* pada akun instagram *@afternoon.project* merasa testimoni yang disampaikan oleh akun

instagram *@afternoon.project* berasal dari sumber yang terpercaya yaitu pengguna jasa dan pesan yang disampaikan oleh pengguna jasa dinilai sangat baik untuk merekomendasikan studio foto *Afternoon Project*.

4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Testimoni Pengguna Jasa Terhadap Keunggulan *Brand Image* Studio Foto *Afternoon Project* Bandung. Hal ini menunjukkan *followers* pada akun instagram *@afternoon.project* merasa adanya Keunggulan pada studio foto *Afternoon Project* dan terdapat reputasi yang sangat baik. Selain itu banyak *followers* yang tertarik mengenai *Afternoon Project* setelah melihat testimoni dari akun instagram *@afternoon.project*.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Testimoni Pengguna Jasa Terhadap Kekuatan *Brand Image* Studio Foto *Afternoon Project* Bandung. Hal ini *followers* pada akun instagram *@afternoon.project* merasa adanya kekuatan pada studio foto *Afternoon Project* karena terdapat kepercayaan terhadap kualitas yang diberikan sangat baik setelah melihat testimoni.
6. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Testimoni Pengguna Jasa Terhadap Keunikan *Brand Image* Studio Foto *Afternoon Project* Bandung. Hal ini *followers* pada akun instagram *@afternoon.project* merasa adanya keunikan pada studio foto *Afternoon Project* dengan kreatif iklan yang diberikan melalui testimoni sehingga studio foto *Afternoon Project* lebih mudah dikenal.
7. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Testimoni Pengguna Jasa Terhadap *Brand Image* Studio Foto *Afternoon Project* Bandung. Hal ini

membuktikan bahwa Testimoni pada akun instagarm *@afternoon.project* memiliki pengaruh pada Brand Image dan memiliki pengaruh yang positif, yang artinya jika ada peningkatan pada testimoni pengguna jasa pada akun instagram *@afternoon.project* maka brand image pada *followers* akun instagram *@afternoon.project* akan meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan mengenai Pengaruh Testimoni Pengguna Jasa Terhadap *Brand Image* Studio Foto *Afternoon Project* Bandung, peneliti akan memberikan saran-saran yang peneliti harapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari penelitian ini testimoni memiliki pengaruh yang besar terhadap *brand image*, oleh karena itu peneliti merekomendasikan kepada pihak *Afternoon Project* dapat mempertahankan serta meningkatkan *brand image* dengan memberikan layanan berkualitas terbaik kepada pelanggan. Pengalaman positif pelanggan adalah kunci dalam memperoleh testimoni yang kuat akan meningkatkan *brand image* studio foto *Afternoon Project*.
2. Berdasarkan hasil penuluruhan peneliti bahwa pada penelitian (Adam et al., 2022) terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi *brand image* yaitu *celebrity endorser*, oleh karena itu peneliti merekomendasikan kepada pihak *Afternoon Project* dapat mempertimbangkan untuk menjalin kerja sama dengan *celebrity endorser*, Pastikan bahwa selebriti yang memiliki

hubungan dan kesesuaian dengan produk atau nilai-nilai perusahaan. Hal ini akan memastikan bahwa kerjasama terasa alami dan meyakinkan.

3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lainnya yang diduga dapat mempengaruhi *Brand Image* sehingga memberikan hasil yang lebih luas dan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti Testimoni terhadap *Brand Image*, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.