

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan “Pengaruh *Social Media Marketing* dan *User Generated Content* Instagram Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Make Up* Pada @eva_twinny” maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa *make up* pada @eva_twinny.
2. *User Generated Content* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa *make up* pada @eva_twinny.
3. *Social Media Marketing* dan *User Generated Content* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa *make up* pada @eva_twinny.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Jasa *Make Up*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* dan *User Generated Content* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa *make up*. Oleh karena itu jasa *make up* perlu mengutamakan fokus pada konten visual yang menarik dan berkualitas tinggi. Aktif dalam berinteraksi dengan pengikut, rutin *update* portofolio pekerjaan dan berikan penawaran eksklusif melalui platform instagram untuk meningkatkan keterlibatan dan ketertarikan pelanggan. Peneliti juga menyarankan kepada pengelola akun jasa *make up* untuk membedakan antara akun pribadi dengan akun usaha.

5.2.2 Bagi Masyarakat

Pelanggan disarankan untuk tidak hanya melihat postingan jasa *make up* di *social media* saja, tetapi juga mempertimbangkan umpan balik pelanggan untuk mendapatkan gambaran yang lebih komperhensif tentang pengalaman pelanggan lain. Periksa ulasan pengguna lain, perluas pengetahuan mengenai layanan tersebut, dan seleksi layanan *make up* dengan reputasi tinggi dalam kualitas pelayanan. Analisis ulasan dari berbagai sumber dan perhatikan tanggapan jasa *make up* terhadap ulasan negatif untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang kepercayaan pada layanan tersebut.

5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas penelitian ini, peneliti menyarankan untuk peneliti yang selanjutnya agar dapat melakukan analisis dengan menggunakan variabel-variabel yang dominan dalam mempengaruhi keputusan penggunaan jasa *make up*.