

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Peran *customer* dalam mempromosikan Osaka *Wedding organizer* melalui promosi mulut ke mulut berupa partisipasi dengan membagikan foto atau video acara di *Instagram* atau *WhatsApp Story*. Kemudian ada pula *customer* yang membuat testimoni dalam bentuk tulisan dan video. Pada teori *two step flow*, *customer* yang memberikan testimoni berperan sebagai *opinion leader* kepada *followers* atau calon *customer* lain.
2. Faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan kepercayaan calon *client* antara lain untuk faktor pendukung melalui hasil kerja yang sesuai ekspektasi dan ketepatan waktu. Osaka *organizer* menjaga konsistensi pelayanan agar *customer* akan merasa puas. Untuk faktor penghambat adanya ada miskomunikasi antara tim dengan *customer*. Selain itu adanya keterlambatan teknis dari vendor pihak ketiga.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya guna memperkaya kajian terkait promosi jasa berbasis peran *customer*. Pertama, disarankan agar penelitian mendatang menggali lebih dalam peran *influencer* atau *public figure* dalam mempromosikan jasa *wedding organizer*, mengingat pengaruh mereka di

media sosial semakin signifikan. Kedua, penelitian selanjutnya dapat melakukan analisis perbandingan antara efektivitas testimoni *online* (melalui media sosial dan *platform* ulasan) dengan testimoni *offline* (dari mulut ke mulut secara langsung), sehingga dapat diketahui bentuk promosi yang paling berdampak bagi calon pelanggan. Ketiga, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara statistik pengaruh testimoni pelanggan terhadap minat beli, keputusan pembelian, dan loyalitas konsumen. Keempat, disarankan untuk mengkaji lebih dalam tentang strategi *customer engagement* dan retensi yang dilakukan oleh Osaka *Wedding Organizer* dalam mempertahankan hubungan dengan pelanggan, sehingga peran mereka tidak hanya berhenti sebagai promotor pasif, tetapi juga sebagai komunitas aktif.