

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat kita tarik kesimpulan dalam perbandingan antara Empire photo studio dan Reis studio terdapat tiga variabel yang menjadikan tolak ukur yaitu variabel daya tarik, variabel *Value Branding* dan variabel kualitas layanan sebagai berikut:

1) Empire Studio

- a. Disisi bisnis Empire photo studio menghasilkan berbagai penyelesaian metode bisnis mulai dari pengaruh unsur seni yang berdampak pada layanan dan kepuasan klien dalam memakai jasa fotografi Empire photo studio lalu sangat berpengaruh dengan branding hasil foto yang diberikan ke klien, lalu pelibatan beberapa orang (teman – teman, komunitas) dalam proses terbentuknya style foto menjadi salah satu faktor terciptanya daya tarik, setelah melewati berbagai fase lalu terbentuknya style find art menjadi identitas bisnis Empire photo studio tersendiri, lalu dengan benang merah menjadi satu bagian dari seiring berjalannya waktu dalam penciptaan ide menjadi satu kesatuan bagian dari terbentuknya variabel daya tarik Empire photo studio
- b. Didalam bisnis Empire photo studio meliputi berbagai penyelesaian salah satunya menghasilkan pelayanan menjadi bentuk utama dalam *Value*

Branding, dari pelayanan tersebut maka pelibatan klien dalam sesi foto menjadi bentuk bagian dari penerapan *Value Branding*, lalu kemudian pentingnya penerapan *Value Branding* agar klien tau akan bisnis Empire photo studio memiliki value lebih dibandingkan bisnis foto lain, maka dengan belajar bersama orang – orang sekitar terutama di *circle* bisnis fotografi dengan seiring berjalannya waktu tumbuhnya bisnis Empire photo studio menjadi laju pertumbuhan variabel *Value Branding* Empire photo studio.

- c. Didalam aspek bisnis Empire photo studio mencakup berbagai penyelesaian yang menghasilkan berbagai aspek kualitas layanan berdasarkan respon pasar, kemudian Empire photo studio memberikan servis *after care* dengan membagikan klien (berdasarkan respon pasar) wadah untuk mengevaluasi yang bertujuan dimana saat keadaan pelayanan Empire photo studio sedang dalam kondisi buruk maka akan mempengaruhi hal – hal lain yang terbaik, resikoanya jika ada kesalahan di kualitas layanan akan sangat mempengaruhi ke hal – hal lain, maka dari itu pengoptimalan pelayanan tetap perlu dimaksimalkan dengan melakukan berbagai macam hal agar benefit dari klien balik ke Empire photo studio itu sendiri seperti saat ada saudara atau kerabat yang akan foto di Empire photo studio repeat order lagi dan bisa memperbanyak pelanggan tetap, hal ini menjadi satu bagian dalam enam cabang variabel terbentuknya kualitas layanan Empire photo studio.

2) Reis Studio

- a. Disisi bisnis Reis studio meliputi beragam penyelesaian yakni berbagai sumber bagian dari proses hasil pengerjaan foto yang cukup kompleks yang menghasilkan penciptaan daya tarik dengan hasil portofolio foto, lalu dengan adanya tim yang menjalankan beberapa bagian posisi bisnis Reis studio membuat waktu pengerjaan prosesi foto sangat berpengaruh terhadap persepsi klien dan dengan garis besarnya yaitu proses menemukan berbagai permasalahan di bisnis fotografi pasti melewati proses seiring berjalannya waktu Empire photo studio berjalan karena dengan seiring berjalannya waktu Empire photo studio menjalankan bisnisnya pasti akan banyak permasalahan, sementara disisi lain pasti pemecahan masalah yang didapatkan pasti didapatkan dengan konteks permasalahan yang ada, oleh sebab itu letak intinya adalah menjadi bagian dari dalam terbentuknya daya tarik Reis studio,
- b. Didalam bisnis Reis studio pengarahan langsung pada SDM yang tepat dapat mempengaruhi hasil dan kecepatan foto, kemudian SDM yang sudah diarahkan secara langsung, langsung mempraktekan *Value Branding* sesegera mungkin ke bisnis Reis studio sehingga sangat mempengaruhi reputasi bisnis Reis studio terhadap klien, sang owner berpendapat bahwa dengan adanya guru SMA kala itu menjadi sosok inspirasi dalam penerapan *Value Branding* bisnis dan semenjak sang owner memulai proses berbagai macam bisnis dia (sang owner) menjadi mulai tahu akan *Value Branding* dari situlah garis besar terbentuknya *Value Branding* Reis studio

- c. Didalam penerapan bisnis Reis studio kualitas layanan bisnis tidak jauh dari servis yang ramah dan hasil pengerjaan foto yang berkualitas, kemudian proses penerapannya menggunakan form kuisisioner sebagai acuan kualitas layanan Reis studio, lalu dengan hasil yang didapatkan ketika klien puas pasti klien akan merekomendasikan Reis studio ke orang lain, oleh sebab itu dengan rekomendasi yang dilakukan oleh klien kualitas layanan Reis studio sangat mempengaruhi reputasi bisnis, maka dari itu di Reis studio terdapat dua genre fotografi yang menjadi prioritas kepuasan kien yaitu graduation dan engagement, lalu hasil prioritas foto tersebut ketika hasilnya diserahkan ke klien menjadi acuan waktu yang tepat untuk memastikan klien puas, hal ini menjadi enam acuan variabel kualitas layanan Reis studio.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan Empire photo studio dan Reis studio, sebagai berikut:

- 1) Seiring dengan pesatnya dan berkembangnya dunia bisnis fotografi disarankan Empire photo studio dan Reis studio untuk meningkatkan startegi daya tarik, *Value Branding* dan kualitas layanan, karena hal tersebut dapat meingkatkan jaringan bisnis, memperluas pasar dan kepuasan pasar
- 2) Lebih meningkatkan daya tarik di bisnis Empire photo studio dan Reis studio, hal ini bertujuan untuk memberikan system bisnis yang menarik perhatian baik bagi klien maupun mitra kerja yang ingin bekerjasama.

- 3) Lebih meningkatkan *Value Branding* pada bisnis Empire photo studio dan Reis studio, karena dengan kuatnya *Value Branding* pada bisnis Empire photo studio dan Reis studio nilai – nilai bisnis yang dijalankan akan lebih kuat
- 4) Lebih meningkatkan kualitas layanan kepada para klien Empire photo studio dan Reis studio, hal ini dimaksudkan agar lebih memberikan kepuasan bagi para klien, yang berarti dapat memberikan loyalitas bagi para klien.
- 5) Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai bisnis fotografi tentang faktor – faktor yang mempengaruhi variabel daya tarik, *Value Branding* dan kualitas layanan.

