

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian pengaruh *social media marketing* terhadap keputusan penggunaan jasa Pondok Pesantren Attaqwa, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran konsep *social media marketing* Instagram pondok pesantren Attaqwa berada dalam kategori tinggi. Ini mengindikasikan bahwa *social media marketing* berhasil menghasilkan tanggapan dan keterlibatan yang tinggi dari santri.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada *Social Media Marketing* terhadap keputusan penggunaan jasa dengan sebesar 63.2% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti. Semakin baik *Social Media Marketing* yang digunakan, semakin meningkat pula keputusan penggunaan jasa di pondok pesantren Attaqwa.

5.2 Implikasi

Implikasi dari penelitian mengenai pengaruh *social media marketing* Instagram terhadap keputusan penggunaan jasa pendidikan Islam pondok pesantren Attaqwa adalah sebagai berikut:

1. Terdapat dimensi pada variabel SMM yang memiliki skor nilai paling tinggi dari pada dimensi-dimensi lainnya, yakni pada *connecting*. Hal ini mencerminkan bahwa *social media marketing* di pondok pesantren Attaqwa mampu mendorong interaksi dengan para santri. Sementara itu, dimensi dengan skor nilai terendah pada variabel SMM adalah *content sharing*. Ini menggambarkan postingan yang dibagikan masih perlu dievaluasi lagi.

Wina Ahyani, 2023

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa Kabupaten Tasikmalaya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2. Pada variabel keputusan penggunaan, dimensi dengan nilai terendah dari semua dimensi adalah metode pembayaran. Hal ini mencerminkan bahwa pondok pesantren Attaqwa masih diperlukan untuk melakukan peninjauan ulang terhadap pengalaman pengguna selama proses pembayaran. Mengidentifikasi hambatan yang mungkin muncul dan memastikan proses pembayaran yang cepat, aman, dan mudah dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan mengurangi tingkat keluar (*dropout rate*) selama transaksi.

Dengan memperhatikan implikasi-implikasi tersebut, pondok pesantren Attaqwa dapat mengoptimalkan penggunaan *social media marketing* Instagram untuk meningkatkan keputusan penggunaan jasa pendidikan Islam mereka dan memperluas jangkauan serta daya tarik pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi dari penelitian ini, peneliti memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut :

1. Pondok pesantren Attaqwa direkomendasikan untuk meningkatkan kualitas konten yang diunggah dan interaksi dengan pengikut. Tim manajemen media sosial pondok pesantren Attaqwa dapat mempertimbangkan untuk :
 - 1) Menghasilkan konten yang lebih beragam, menarik, dan informatif sesuai yang dibutuhkan santri dan calon santri, termasuk foto, video, dan cerita yang memberikan pandangan holistik tentang kehidupan dan kegiatan di pondok pesantren,
 - 2) Meningkatkan frekuensi posting dan menjaga konsistensi.
2. Direkomendasikan untuk melakukan penelitian lanjutan untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa, pondok pesantren Attaqwa dapat lebih efektif dalam

Wina Ahyani, 2023

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa Kabupaten Tasikmalaya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

merancang strategi *social media marketing* yang lebih holistik dan komprehensif.

Wina Ahyani, 2023

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Kasus Pondok Pesantren Attaqwa
Kabupaten Tasikmalaya)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu