

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dari hasil tiap bab-bab sebelumnya yang sudah dibahas. Bab ini berisikan dari kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *lifestyle*, *brand prestige*, dan keputusan menggunakan jasa.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada beberapa masyarakat di Sumatra Barat yang sudah pernah menggunakan jasa LUZIE wedding . setelah kuesioner telah terkumpul, diperoleh responden sebanyak 103 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Kemudian data yang diperoleh diolah dengan menggunakan *software Microsoft excel* dan aplikasi *SmartPLS 3.0*.

5.1 Kesimpulan Penelitian

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 3 variabel yaitu *lifestyle*, *brand prestige*, dan keputusan menggunakan jasa dengan objek penelitiannya yaitu masyarakat di Sumatra Barat yang sudah pernah melakukan jasa LUZIE wedding. Data pada penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner *google form* yang disebarkan kepada responden. Adapun pengukuran variabel pada penelitian ini dengan menggunakan 3 item pertanyaan tentang *lifestyle*, 4 item pertanyaan tentang *brand prestige*, dan 5 item pertanyaan tentang keputusan menggunakan jasa. Setelah diperoleh jawaban dari keseluruhan pertanyaan yang telah diajukan

kepada responden maka dilakukan pengolahan data dengan menggunakan *software SmartPLS 3.0*.

Di dalam bab sebelumnya telah menjelaskan ada dua hipotesis yang diajukan dan hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat dua hipotesis yang diterima dan kedua hipotesis itu diterima. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan, diantaranya:

1. Dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa penilaian responden terhadap variabel-variabel yang ada berada dikategori tinggi. Penilaian terhadap variabel *lifestyle*, dinilai bahwa masyarakat di Sumatra Barat memilih jasa wedding organizer yang terbaik sehingga memiliki rata-rata yang tinggi. *Brand prestige* juga menunjukkan bahwa masyarakat di Sumatra Barat setuju apabila *brand prestige* yang diberikan dari wedding organizer maka hal tersebut mampu mendorong konsumen untuk menggunakan jasa wedding organizer pada masa saat ini.
2. *Brand prestige* pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa. Hal ini menunjukkan bahwa jika *brand prestige* yang ditawarkan pada produk di suatu jasa sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan konsumen akan berniat menggunakan jasa *luzie wedding organizer*.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sehingga diperoleh beberapa implikasi yang penting, diantaranya yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa *lifestyle* dari konsumen *luzie wedding* cocok untuk menggunakan jasa *luzie wedding* berdasarkan *screening question*. Hal tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup pada saat sekarang ini mampu membuat konsumen menggunakan jasa *luzie wedding* organizer.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini, *luzie wedding* memiliki nilai *brand prestige* yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa *luzie wedding* dimata konsumen memiliki nilai *brand* yang tinggi dibuktikan dengan *conspicuous value, unique value, emositional value, dan quality value* dimana responden mengisi dengan rata-rata diatas 4.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada masyarakat di Sumatra Barat yang sudah pernah menggunakan jasa LUZIE Wedding, peneliti menyadari bahwa hasil dari penelitian ini tidaklah sempurna dan memiliki berbagai hambatan yang dapat mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu, diharapkan bahwa segala keterbatasan tersebut dapat untuk lebih diperhatikan lagi untuk penelitian yang akan dilakukan untuk waktu yang akan datang. Keterbatasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data yang diperoleh terbatas karena penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diambil dari kuesioner *online google form* yang diisi oleh responden.
2. Jumlah sampel yang diolah yaitu sebanyak 103 orang responden dikarenakan pengambilan sampel pada saat pandem Covid-19 sehingga

mengharuskan pengisian kuesioner ini dilakukan dengan cara *online* melalui *google form*.

3. Penelitian ini hanya mengkaji pengaruh antar variabel *lifestyle*, *brand prestige*, keputusan menggunakan jasa sehingga tidak menyelidiki hal lain yang juga mampu mempengaruhi keputusan menggunakan jasa.
4. Penelitian ini hanya relevan untuk konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa LUZIE Wedding.

5.4 Saran Penelitian

5.4.1 Saran Penelitian untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh maka didapatkan kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian ini, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan kepada penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Diharapkan kepada penelitian selanjutnya untuk dapat menambahkan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi hubungan antar variabel pada penelitian ini.
2. Diharapkan untuk mengganti sampel atau menambah jumlah responden untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik dari pada penelitian saat ini.

5.4.2 Saran Penelitian untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh maka didapatkan kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian ini, maka ada beberapa sarang yang dapat diberikan kepada perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengembangkan cakupan diluar Sumatra Barat

2. Menambah segmen konsumen dari luzie dengan mengeluarkan *special* paket sehingga *brand prestige* dari luzie wedding tidak menghambat potensial konsumen dari segementasi pasar lain.

