

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pengambilan data dan pengolahan data dengan menggunakan SPSS 11.5 yang dilakukan oleh peneliti dimana hasil pengolahan data menunjukkan Nilai α yang diperoleh dari analisis regresi adalah 0,836 yang berarti $\alpha \geq 0,05$. Dengan berdasarkan hipotesis bahwa H_1 ditolak atau H_0 diterima pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ maka peneliti menarik kesimpulan yang menyatakan bahwa *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap *brand image* suatu *wedding organizer*.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Wedding – wedding organizer* sebaiknya tidak hanya mengandalkan *word of mouth* saja dalam menciptakan *brand image wedding organizer*nya tersebut di masyarakat hal ini dikarenakan berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap *brand image* suatu *wedding organizer*
2. *Wedding – wedding organizer* sebaiknya melakukan peningkatan kinerja karyawannya dalam bekerja dengan memperkerjakan karyawan yang memang ahli dibidang *wedding organizer* karena sesuai data yang

diperoleh peneliti banyak responden yang menjawab tidak setuju dalam menjawab pertanyaan tentang profesionalisme *wedding organizer*.

3. *Wedding – wedding organizer* sebaiknya melakukan penyesuaian harga dengan dengan daya beli target pasar. Hal ini dikarenakan banyak *wedding – wedding organizer* yang menetapkan harga dari jasanya tersebut di atas daya beli target pasar.
4. *Wedding – wedding organizer* juga sebaiknya melakukan inovasi-inovasi yang baik dalam merancang suatu pesta pernikahan dengan cara membuat suatu konsep yang benar-benar baru dan unik. Hal ini dikarenakan sudah mulai jenuhnya masyarakat dengan konsep-konsep yang di tawarkan *wedding organizer* terhadap masyarakat.
5. *Wedding-wedding organizer* sebaiknya memperhatikan kepuasan dari setiap konsumen dengan cara memberikan pelayanan jasa yang memuaskan konsumen hal ini dikarena *wedding organizer* adalah perusahaan jasa dimana *word of mouth* dari seseorang dapat menentukan keputusan pembelian seorang calon konsumen.