

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisa yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa jika ditinjau berdasarkan tipe gaya hidup yang terjadi, maka sekarang ini gaya hidup yang paling banyak mendominasi adalah gaya hidup *Achievers* dengan jumlah 13 orang (32,5%). Gaya hidup ini adalah gaya hidup yang paling banyak mengambil keputusan sekarang ini. Gaya hidup ini memilih menggunakan jasa studio desain online dengan memilih Kabita Studios, dan terdapat 3 faktor gaya hidup yang membantunya memilih, yaitu faktor kepercayaan, preferensi, dan kesesuaian komponen desain / portfolio.

Jika berdasarkan analisa yang ada, gaya hidup yang ada sekarang ini kurang sesuai dengan gaya hidup yang tertulis pada teori, khususnya pada tipe gaya hidup dari PT. Surindo Utama Indonesia karena mereka mengambil sampel pada tahun 1995 yang sudah lama sekali. Jadi bisa disimpulkan bahwa telah terjadi perubahan gaya hidup yang tadinya paling banyak adalah *Pleasure Seekers*, telah berubah yang paling banyak adalah gaya hidup *Achievers*. Gaya hidup dapat berubah tergantung dari pengaruh lingkungan (eksternal) dan bagaimana kehidupan sehari-hari responden dalam beraktivitas (internal).

Dari analisa juga terlihat bahwa gaya hidup dapat berpengaruh dalam bagaimana responden memilih sebuah jasa studio desain *online*. Walau poin-poin yang dipakai sama, tetapi pola pikir dan kesukaan tiap gaya hidup akan berbeda.

5.2 Saran

Dalam mendesain sebaiknya didesain sesuai dengan gaya hidup konsumen, sehingga konsumen dapat terpuaskan dengan hasil desain yang studio desain berikan. Apalagi sudah banyak yang memilih *online* yang tentunya tidak perlu bertatap muka, namun studio desain tetap bisa menyesuaikan desain tersebut dengan gaya hidup yang ada.

Dengan perbedaan gaya hidup tiap konsumen, maka desain pun akan berbeda-beda menyesuaikan dengan gaya hidup konsumen yang ada. Karena itu perlu dipikirkan secara matang, dan perlunya mengetahui gaya hidup konsumen dalam mendesain, sehingga desain tersebut dapat memberikan kepuasan terhadap konsumennya.