

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan pada hasil pembahasan, maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel *brand experience* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*, Berdasarkan pada temuan ini, maka hipotesis penelitian pertama yang menyatakan bahwa *brand experience* berpengaruh terhadap *satisfaction* pada pelanggan shampo Clear diterima. Tinggi rendahnya penilaian terhadap *brand experience* menentukan tinggi rendahnya *satisfaction* pelanggan.
2. Variabel *product quality* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*, Berdasarkan pada temuan ini, maka hipotesis penelitian kedua yang menyatakan bahwa *product quality* berpengaruh terhadap *satisfaction* pada pelanggan shampo Clear diterima. Tinggi rendahnya penilaian terhadap *produk quality* menentukan tinggi rendahnya *satisfaction* pelanggan.
3. Variabel *brand trust* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*, Berdasarkan pada temuan ini, maka hipotesis penelitian ketiga yang menyatakan bahwa *brand trust* berpengaruh terhadap *satisfaction* pada pelanggan shampo Clear diterima. Tinggi rendahnya keyakinan pelanggan terhadap merek menentukan tinggi rendahnya *satisfaction* pelanggan.

5.2. Saran

Berdasarkan pada simpulan penelitian, maka saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel *brand experience* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*, maka sebaiknya manajemen perusahaan terus melibatkan pelanggan dalam penggunaan Shampo Clear dengan berbagai cara diantaranya adalah dengan meminta pelanggan menceritakan pengalamannya dalam menggunakan Shampo Clear. Pelanggan diharapkan untuk mengirimkan pengalaman disertai biodata atas pengalaman menggunakan Clear sehingga akan mampu mempopulerkan penggunaan Shampo Clear.
2. Variabel *product quality* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*, maka sebaiknya manajemen perusahaan terus melakukan diferensiasi dalam setiap kegiatan iklan, sehingga pengguna Shampo merek Clear dapat membedakan kualitas produknya dibandingkan dengan Shampo merek lain. Diferensiasi yang sifatnya positif akan mampu meningkatkan persepsi *product quality*.
3. Variabel *brand trust* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*, maka sebaiknya manajemen perusahaan dalam beriklan juga melibatkan informasi bahwa produsen Shampo Clear juga memproduksi merek lain yang telah terbukti dipercaya pasar. Upaya untuk menggandeng merek lain dengan kualitas terbaik yang diproduksi perusahaan tersebut akan mampu mengangkat kepercayaan terhadap merek Shampo Clear.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Algifari, 2013, *Analisis Regresi: Teori, Kasus, dan Solusi*, Yogyakarta: DPFE
- Brakus J.J., Schmitt B.H., dan Zarantonello L., 2009, Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty?, *Journal of Marketing*, Vol. 73 : 52–68
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitinjak T., 2001, *Strategi Menaklukan Pasar*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Ferrinadewi E., 2008, Atribut produk yang dipertimbangkan dalam pembelian kosmetik dan pengaruhnya pada kepuasan konsumen di Surabaya, *Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 7, No. 2 : 23-41
- Gabisch J.A., dan Gwebu K.L., 2011, Impact of Virtual Brand Experience on Purchase Intentions: The Role of Multichannel Congruence, *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 12, No. 4 : 312-319
- Hallowell R., 1996, The Relationships of Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and Profitability: An Empirical Study, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 7, No. 4 : 27- 42
- Hanaysha J.R.M., Abdullah H.H., dan Warokka A., 2011, Service Quality and Students' Satisfaction at Higher Learning Institutions: The Competing Dimensions of Malaysian Universities' Competitiveness, *Journal of Southeast Asian Research*, Vol. 11 : 1-10
- Herrera C.F., dan Blanco C.F., 2011, Consequences of Consumer Trust in PDO Food Products: The Role of Familiarity, *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 20, No. 4: 282–296
- Hasan M., 2002, *Pokok-Pokok Materi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta : Ghalia Indonesia
- Iwarere T., Fakokunde O., 2011, Consumers' Perception of Product and Service Quality and Price In The Nigerian Fast Food Industry: A Case of Felected Outlets in Ekiti State, Nigeria, *European Journal of Social Sciences*, Vol. 19, No. 4, :1190-1201
- Kiyani T.M., Niazi M.R.U.K., Rizvi R.A., dan Khan I., 2012, The Relationship Between Brand Trust, Customer Satisfaction, and

- Customer Loyalty (Evidence From Automobile Sector of Pakistan), *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research Business*, Vol. 4, No. 1 : 489-502
- Kotler P., dan Armstrong G., 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Terjemahan, Edisi 12, Jilid 1 dan 2, Jakarta: Erlangga
- Kuncoro M., 2003, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga
- _____, 2008, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & menyusun Tesis?*, Jakarta: Erlangga
- Lee K.Y., Huang G.L., dan Hsu Y.C., 2007, Trust, Satisfaction and Commitment-On Loyalty to International Retail Service Brands, *Asia Pacific Management Review*, Vol.12 : 161-169
- Loke S.P., Taiwo A.A., Salim H.M., dan Downe A.G., 2011, Service Quality and Customer Satisfaction in a Telecommunication Service Provider, *International Conference on Financial Management and Economics IPEDR*, vol.11 : 24-29
- Lupiyoadi R., 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Edisi 3, Jakarta : Selemba Empat
- Mandal P.C., dan Bhattacharya S., 2013, Customer Satisfaction in Indian Retail Banking, *A Grounded Theory Approach, The Qualitative Report* , Vol. 18, Article 56 : 1-21
- Madura J., 2007, *Introduction to Business, (Pengantar Bisnis)*, Terjemahan, Edisi 4, Jilid 1, Jakarta : Selemba Empat
- Norton D.W., 2003, Toward Meaningful Brand Experiences, *Design Management Journal*, Vol. 14, No. 1 : 19-25
- Odindo C., dan Devlin J., 2010, Customer Satisfaction, Loyalty and Retention in Financial Services A Report Published by the Financial Services Research Forum, *Financial Service Research Forum* : 1-22
- Rezaei M., Rezaei H., Alipour S., Salehi, 2011, Service Quality, Client Satisfaction and Client Personality in the Public Companies, *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, Vol. 5: 483-491, ISSN, 1991-8178
- Riana G., 2008, *Buletin Study Ekonomi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana, Denpasar

- Şahin A., Zehir C., dan Kitapci H., 2012, The Effects of Brand Experience and Service Quality on Repurchase Intention: The Role of Brand Relationship Quality, *African Journal of Business Management*, Vol. 6, 14 November : 11190-11201.
- Santosa P.B., dan Ashari, 2005, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*, Yogyakarta: ANDI
- Shaharudin, Rizaimy M., Mansor S.W., Hassan A.A., Omar M.W., dan Harun E.H., 2011. The Relationship Between Product Quality and Purchase Intention: The Case of Malaysia's National Motorcycle/Scooter Manufacturer, *African Journal of Business Management*, Vol. 5, 16 September : 8163-8176
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Bisnis, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta
- _____, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Suradi, Mujiono Y., Asra, 2006, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Tepung Sagu (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Selat Aakar Merbau), *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 3, No. 4: 1-10
- Tjiptono F., 2006, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi
- _____, 2006, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Yogyakarta : Andi
- Taleghani M., Largani M.S., dan Mousavian S.J., 2011, The Investigation and Anlysis Impact of Brand Dimensions on Services Quality and Customers Satisfaction in New Enterprises of Iran, *Contemporary Marketing Review*, Vol. 1, August : 1-13
- Tjahyadi R.A., 2006, Brand Trust Dalam Konteks Loylitas Merek: peran Karakteristik Merek, karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek, *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 1 : 65-78
- Widarjono A., 2010, *Analisis Statistika Multivariat Terapan*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Top Brand Award 2012*,
<http://www.bisniskeuangan.kompas.com/read/2012/02/08/00152164/Inilah.Pemenang.Top.Brand.Award.2012>
- <http://www.unilever.co.id> diakses pada tanggal 10 Mei 2013