

## BAB 4

### SIMPULAN

Loyalitas pelanggan dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu. Loyalitas pelanggan memiliki peranan yang sangat besar sebagai suatu standar perbandingan dalam *evaluation* kualitas maupun kepuasan dan merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.

Ekstensi merek (*brand extention*) merupakan perluasan merek dengan cara memanfaatkan kekuatan merek (*brand equity*) yang sudah ada untuk memperkenalkan suatu produk baru. Dengan demikian produk baru yang diluncurkan diharapkan dapat lebih cepat dikenal oleh konsumen karena *image* yang melekat dari merek produk yang sudah ada.

Loyalitas pelanggan terhadap ekstensi merek menjadi sangat penting ketika pihak perusahaan membuat keputusan untuk memasarkan produk baru dengan menggunakan merek yang sudah ada. Perusahaan harus mempertimbangkan apakah merek yang sudah ada akan berpengaruh positif atau bahkan sebaliknya terhadap pemasaran produk baru tersebut.

Ekstensi merek akan berhasil apabila konsumen menyadari keberadaan merek (*aware of the brand*) dan konsumen memiliki *image*/asosiasi kuat, menguntungkan, dan menyadari keunikan/keunggulan merek tertentu.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Dharmmesta, 1999, "**Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan Bagi Peneliti**", *Journal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No.3, Hal. 73-78.
- Jasfar, Farida, 2002, "Kualitas Hubungan Dalam Jasa Penjualan: Pengaruh Hubungan Interpersonal Tenaga Penjualan Pada Perusahaan Asuransi Jiwa", *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol 2. No. 3, September 2002, hal 18-30.
- Keller, Kevin, 1999, *Managing Brands for the Long Run: Brand Reinforcement and Revitalization Strategies*, California Management Review.
- Kotler, Philip, 2002, **Manajemen Pemasaran**, Edisi Milenium, Jakarta: Prenhallindo.
- Loudon, David dan Della Bitta, 1993, *Consumer Behavior, Concept and Application*, Third Edition, Singapore: Mc. Graw Hill.
- Mariotti, John, 1999, *Smart Things to Know about Brands and Branding*, Capstone, Dover, NH.
- Rahmawati, 2002, "**Create a Value of Brand with Personality**", *Usahawan*, No. 10 TH XXXI, Oktober: 3-9.
- <http://www.republika.co.id/koran.asp>
- Riezebos, Rik, 2003, *Brand Management*, FT Prentice Hall.
- Schiffman, Leon G., dan L.L. Kanuk, 1991, *Consumer Behavior*, 4<sup>th</sup> ed., Englewood Cliff, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Swa.co.id, 2004, **Penuntun Praktis Melakukan Ekstensi Merek**, September: 1-2.
- [www.ssrn.com](http://www.ssrn.com), Phang, Leon, 2004, *Consumer Evaluation of Brand Extension*, Maastricht University: Faculty of Economic and Business Administration, September.
- Zulganef, 2002, "**Hubungan Antara Sikap Terhadap Bukti Fisik, Proses, dan Karyawan Dengan Kualitas Keterhubungan, dan Perannya Dalam menimbulkan Niat Ulang Membeli dan Loyalitas**", *Manajemen Pemasaran*, Sinrem I.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Dharmmesta, 1999, "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan Bagi Peneliti", *Journal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No.3, Hal. 73-78.
- Jasfar, Farida, 2002, "Kualitas Hubungan Dalam Jasa Penjualan: Pengaruh Hubungan Interpersonal Tenaga Penjualan Pada Perusahaan Asuransi Jiwa", *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol 2. No. 3, September 2002, hal 18-30.
- Kotler, Philip, 2002, **Manajemen Pemasaran**, Edisi Milenium, Jakarta: Prenhallindo.
- Loudon, David dan Della Bitta, 1993, *Consumer Behavior, Concept and Application*, Third Edition, Singapore: Mc. Graw Hill.
- Mariotti, John, 1999, *Smart Things to Know about Brands and Branding*, Capstone, Dover, NH.
- Rahmawati, 2002, "Create a Value of Brand with Personality", *Usahawan*, No. 10 TH XXXI, Oktober: 3-9.
- <http://www.republika.co.id/koran.asp>
- Riezebos, Rik, 2003, *Brand Management*, FT Prentice Hall.
- Schiffman, Leon G., dan L.L. Kanuk, 1991, *Consumer Behavior*, 4<sup>th</sup> ed., Englewood Cliff, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Swa.co.id, 2004, **Penuntun Praktis Melakukan Ekstensi Merek**, September: 1-2.
- [www.ssrn.com](http://www.ssrn.com), Phang, Leon, 2004, *Consumer Evaluation of Brand Extension*, Maastricht University: Faculty of Economic and Business Administration, September.
- Zulganef, 2002, "Hubungan Antara Sikap Terhadap Bukti Fisik, Proses, dan Karyawan Dengan Kualitas Keterhubungan, dan Perannya Dalam menimbulkan Niat Ulang Membeli dan Loyalitas", *Manajemen Pemasaran*, Sinrem I.

