

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. *Brand Experience* berpengaruh terhadap *Brand Personality* pada sepeda Polygon di Surabaya karena hal ini membuktikan bahwa *brand experience* yang dialami oleh konsumen semakin lama maka akan semakin konsumen mengenal *Brand Personality* dari sepeda Polygon.
2. *Brand Experience* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada sepeda Polygon di Surabaya karena hal ini membuktikan bahwa pengalaman selama menggunakan sepeda Polygon mampu membuat konsumen terpuaskan.
3. *Brand Personality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada sepeda Polygon di Surabaya karena hal ini membuktikan bahwa semakin baik *brand personality* suatu brand maka semakin puas dan nyaman seorang konsumen terhadap sepeda Polygon.
4. *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* sepeda Polygon di Surabaya karena hal ini membuktikan bahwa dengan puasnya konsumen dengan menggunakan produk sepeda Polygon maka konsumen akan setia terhadap produk dari sepeda Polygon.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan simpulan yang telah disebutkan di atas, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran, terutama tentang pengaruh *brand experience* terhadap *brand personality*, *customer satisfaction*, *customer loyalty* serta dapat digunakan sebagai tambahan dalam referensi dan rekomendasi bagi penelitian yang akan datang.

2. Saran Praktis:

- a. Manajemen Polygon di Surabaya harus lebih memperhatikan *brand personality* dari sepeda Polygon agar tetap menjaga *customer satisfaction* dan *customer loyalty*.
- b. Manajemen Polygon di Surabaya harus dapat membuat para konsumen yang menggunakan sepeda Polygon terlihat lebih *prestige*, dengan cara mendesain bentuk sepeda yang terlihat bagus, baik, dan menarik karena dapat meningkatkan kepercayaan diri dari konsumen sehingga konsumen akan menjadi loyal kepada sepeda Polygon.
- c. Manajemen Polygon di Surabaya harus lebih gencar melakukan pemasaran agar para konsumen lebih mengetahui tentang produk mereka, selain itu dapat mengembangkan perusahaan mereka di masa yang akan datang.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aaker, Jennifer L. 1997. Dimension of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, 34 (3), 347-56.
- Amin Widjaja Tunggal, 2008, Dasar-dasar *Customer Relationship Management*, Jakarta: Harvarindo.
- Amstrong, Kotler. 2002. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Azoulay, Kapferer. 2003. Do brand personality scales really measure brand personality? *Brand Management* Vol.11, No. 2, 143-155.
- Brakus, et al. 2009. Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It affect Loyalty? *Journal of Marketing*, Vol. 73 (May), 52-68.
- Boulding, Kalra, Staeling, 1993. A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectation to Behavioral Intentions. *Journal of Marketing Research*, 30(1), 7–27.
- Chen, A.C. & Ma, C.L. 2011. The impact of brand experience on customer equity. *Journal of Marketing Research*.
- Cleff, et al. 2013. Brand experience how it relates to brand personality consumer satisfaction and consumer loyalty. An empirical analysis of the Adidas brand. *Journal of Marketing Research*.
- Craimer, S., & Dearlove, D. 2003. The ultimate book of business brands: Insights from the world's 50 greatest brands. United Kingdom: Capstone.
- Cruz, 2015. Relationship between product quality and customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*.
- Donnelly, M. 2009. Building customer loyalty: A customer experience based approach in a tourism context. *Journal of Marketing Research*.

- Farhat, R. & Khan, B. M. 2011. Importance of brand personality to customer loyalty: A conceptual study. *New Media and Mass Communication, Journal of Marketing Research*.
- Gelder, S.V. 2005. Global brand strategy. London: Kogan Page.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2008. SEM Metode Alternatif dengan PLS. BP-UNDIP p.5.
- Griffin, Jill. 2005. Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Penerbit : Erlangga, Jakarta.
- Hansemark, Albinson. 2004. Customer Satisfaction and Retention: The Experiences of Individual Employees. *Journal of marketing research*.
- Hair et al, 2006. Multivariate Data Analysis 6th Ed. New Jersey Pearson Education.
- Kim et.al. 2004. The Effect of Switching Barrier on Customer Retention in Korean Mobile Telecommunication Service
- Kumar, Alok. 2012. Customer Loyalty attributes: a prespective. NMIMS Management review Volume XXII 2012.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran di Indonesia. Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium diterjemahkan Bennyamin Molan, Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Lovelock, C., 2004, "Services Marketing", Fifth Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Magin, S. 2003. The impact of brand personality and customer satisfaction on customer's loyalty: Theoretical approach and findings of a causal analytical study in the sector of internet service providers. *Electronic Market, Journal of Marketing Research*.
- Mowen, Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Jilid kedua. Jakarta: Erlangga.

- Oliver, R.L. 1997. Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Customer. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Rangkuti, Fredi. 2002. The power of a brand. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rai, Srivastra. 2012. Customer Loyalty Attributes: A prespective *Journal of Marketing Research*.
- Schiffman, Kanuk 1994. Consumer Behavior. International Edition. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Smilansky, S. 2009. Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences. London: KooganPage.
- Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND. Bandung : CV. Alfabeta
- Surya, Yohanes. 2014. Pengaruh brand experience terhadap brand loyalty melalui brand satisfaction dan brand trust Harley Davidson di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, nomor 1 april 2014.
- Tjiptono, F., 2004, Manajemen Jasa, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., 2004, Strategi Pemasaran, Edisi 2, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. dan Chandra, G., 2005, Service Quality & ; Satisfaction, Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. 2003. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Vitale, Albert. 2015. Relationship between product quality and customer satisfaction: From *Journal of Marketing Research*.

- Walter, N. 2011. Brand experience's influence on customer satisfaction and loyalty: a mirage in marketing research? *International Journal of Management Research and Business Strategy*, Vol. 2 (January), 130-144.
- Wilkie, W. L. (1994). *Consumer Behavior*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Son, Inc
- Yamin, Sofyan & Heri Kurniawan, 2009. *SPSS Complete*, Jakarta: Salemba Empat.
- Zerlina, Margie. 2014. Relationship between Brand Experience, Brand Personality, Consumer Satisfaction, and Consumer Loyalty of DSSMF Brand. *iBuss Management Vol.2*, (2014).