

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap komunitas pemain *skateboard* di *Luckyline Skatepark* mengenai pengaruh penerapan strategi *communal activation* terhadap *brand image* Linecoltd, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran *communal activation* yang terdiri dari lima indikator yakni *interaction*, *networking*, *bonding* dan *networking* menurut komunitas pemain *skateboard* di *Luckyline Skatepark* berada pada kategori cukup tinggi. Dilihat dari perolehan skor tertinggi berada pada indikator *membership* yaitu media yang disiapkan agar anggota memiliki gairah untuk beraktivitas.
2. Gambaran *brand image* Linecoltd yang terdiri dari empat indikator yakni *recognition*, *reputation*, *affinity* dan *loyalty* menurut komunitas pemain *skateboard* di *Luckyline Skatepark* berada pada kategori tinggi. Dilihat dari perolehan skor tertinggi berada pada indikator *affinity* yaitu *emotional relationship* yang timbul antara Linecoltd dengan komunitas.
3. *Communal activation* yang terdiri dari lima indikator yakni *interaction*, *networking*, *bonding* dan *networking* memiliki pengaruh terhadap *brand image* Linecoltd yang terdiri dari empat indikator yakni *recognition*, *reputation*, *affinity* dan *loyalty*. Koefisien korelasi yang diperoleh menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat antara *communal activation* terhadap *brand image*.

## 5.2 Saran

1. Agar tetap mampu mempertahankan serta memperbesar komunitas pemain *skateboard* di *Luckyline Skatepark* . Linecoltd perlu untuk terus berinovasi membangun fasilitas di *Skatepark* tersebut sehingga para pemain *skateboard* tidak merasa bosan dengan *track - track* didalamnya.
2. Linecoltd disarankan untuk sering mengadakan *event* maupun perlombaan *skateboard* di *Luckyline Skatepark* agar semakin banyak orang yang mengetahui keberadaan *Luckyline Skatepark* dan Linecoltd.
3. Linecoltd sebaiknya lebih sering melakukan ekspansi pemasaran produk – produk nya, seperti publikasi di dunia internet, mensponsori *event - event skateboard*, maupun melakukan *endors - endors* pemain *skateboard professional* agar *brand image* Linecoltd semakin dikenal baik oleh para pemain *skateboard* lebih luas lagi.
4. Saran untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya dilakukan penelitian terhadap faktor – faktor lain yang mempengaruhi *brand image* sehingga dapat memberikan hasil dan kontribusi maksimal baik itu bagi peneliti maupun bagi perusahaan.

