

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis*, maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Experience design* Nokia *music edition*

Dimensi dari *experience design* yang paling tinggi skornya adalah *artifact* bila diurutkan dengan *spatial environment*, dan *events*. Sehingga dapat diketahui bahwa pengguna Nokia *music edition* menilai bahwa ponsel Nokia *music edition* memiliki kualitas dan teknologi terbaik.

2. *Brand image*

Dimensi dari *brand image* yang paling tinggi skornya adalah *brand positioning* bila diurutkan dengan *brand values* dan *brand association*. Sehingga dapat diketahui bahwa pengguna Nokia *music edition* memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap produk, harga, promosi, dan tempat penjualan Nokia yang merupakan bagian dari dimensi *brand positioning*.

3. Pengaruh *experience design* dengan *brand image* pada ponsel Nokia *music edition* dinilai pasar positif dan signifikan dilihat dari koefisien korelasi antara kedua variabel tersebut yang menunjukkan pengaruh yang tinggi atau kuat.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai *experience design* agar dapat menciptakan *brand image* yang baik pada perusahaan, yaitu:

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai *experience design* agar dapat menciptakan *brand image* yang baik pada perusahaan, yaitu:

1. Pelaksanaan *experience design* merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan *brand image* Nokia. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dimensi *events* memiliki tanggapan yang paling rendah bila diurutkan *artifact* dan *spatial environment*. Untuk itu perusahaan harus lebih memperhatikan pelaksanaan *events* Nokia juga inovasi *events* yang dapat memberikan sentuhan yang lebih menarik, kemudian perusahaan juga lebih memperhatikan pegawainya (*sales promotion girl*) dengan memberikan pelatihan rutin agar pegawai Nokia plaza dapat memberikan pelayanan yang optimal kepada pengguna Nokia.
2. *Brand image* merupakan hasil evaluasi dari diri seseorang berdasarkan pengertian dan pemahaman terhadap rangsangan yang telah diolah, diorganisasikan dan disimpan dalam benak konsumen. Untuk itu perusahaan harus dapat mempertahankan *image* baik perusahaan dengan terus memenuhi keinginan dan kebutuhan penggunanya.