

## 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.