

BAB V

PENUTUP

Saat ini Apple berada di puncak sukses, dan sudah menjadi lambang *hero* bagi seluruh *stakeholder*-nya. Apple hebat karena selalu menjadi industri *pace-setter* dengan ide-ide segar dan *out of the box*. Apple bukan *market leader*, tetapi paling banyak menghasilkan *word of mouth* dan menimbulkan decak kagum *thought leader*. Apple juga *charismatic hero* karena hampir habis ditelan perubahan pada 1990-an, namun cerdas melakukan *turnaround* dan akhirnya kembali bangkit menjadi pesaing handal industrinya.

A. SIMPULAN

Berdasarkan latar belakang dan pokok permasalahan yang sudah dijelaskan sebelumnya, secara garis besar simpulan dari pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

Experiential marketing mempunyai lima atribut atau dimensi: *sense, feel, think, act, relate*. Kelima dimensi *experiential marketing* ini akan membentuk satu variabel *experiential marketing*. Sedangkan *word of mouth* mempunyai tiga dimensi: *customer satisfaction, opinion leadership, contiguous product*. Ketiga dimensi ini akan membentuk satu kesatuan. Hasil uji regresi linier sederhana yang dilakukan telah membuktikan bahwa *experiential marketing* mempunyai pengaruh terhadap perilaku *word of mouth* konsumen Macintosh.

Dari hasil jawaban responden diperoleh bahwa perilaku *word of mouth* konsumen sangat dipengaruhi oleh sarana penyedia pengalaman melalui media elektronik berupa

website (www.apple.com). Menjadi forum ideal bagi perusahaan dalam menciptakan pengalaman yang efektif. Baik itu pengalaman berkomunikasi atau pun pengalaman berinteraksi. Media elektronik kini mulai menggantikan pengalaman secara langsung menjadi pengalaman melalui teknologi.

B. SARAN

Diperlukan strategi Apple yang merujuk kekuatannya untuk menyentuh konsumen yang unik dan kreatif. Sehingga konsumen akan menyamakan dirinya dengan Macintosh dan menjadi produk yang memiliki pengaruh sangat kuat di masyarakat.

Terdapat banyak peluang untuk meningkatkan dimensi *sense*, karena Apple Macintosh merupakan sebuah produk dengan tingkat brand image yang tinggi. Logo Apple yang unik dan khas sangatlah membantu bila digunakan sebagai sarana pencipta pengalaman yang menyentuh *sense*.

Sebagai sebuah perusahaan komputer, Apple telah melakukan inovasi tiada henti, hal tersebut harus dilakukan secara berkala. Karena terbukti sangat berpengaruh terhadap terciptanya *experience*. Bahkan saat ini konsumen percaya produk OS Macintosh yang baru "Leopard" lebih baik (stabil, inovatif, dengan desain yang menarik) dari pada saingannya dari perusahaan raksasa Microsoft "Vista".