

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Setelah melakukan penelitian melalui pengumpulan data dan analisis dengan menggunakan alat uji statistik *factor analysis* dan *multiple linear regression* melalui program SPSS versi 15.0 untuk masing-masing model pengukuran penelitian, berikut ini hasil yang dapat disimpulkan yaitu:

1. Asosiasi merek berdasarkan dimensi fungsi merek yaitu fungsi jaminan dan fungsi identifikasi sosial, berpengaruh signifikan terhadap respon konsumen untuk melakukan perluasan merek. Dari kedua fungsi tersebut, fungsi jaminan memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan fungsi identifikasi sosial. Fungsi identifikasi pribadi dan fungsi status tidak berpengaruh signifikan terhadap respon konsumen untuk melakukan perluasan merek.
2. Asosiasi merek berdasarkan dimensi fungsi merek yang terdiri dari fungsi jaminan, fungsi identifikasi pribadi dan fungsi identifikasi sosial berpengaruh signifikan terhadap respon konsumen untuk melakukan rekomendasi merek. Dari ketiga fungsi yang berpengaruh signifikan tersebut, yang paling besar pengaruhnya terhadap respon konsumen untuk melakukan rekomendasi merek adalah fungsi jaminan. Sedangkan fungsi status tidak berpengaruh terhadap respon konsumen untuk melakukan rekomendasi merek.

3. Asosiasi merek berdasarkan dimensi fungsi merek yang terdiri dari fungsi jaminan, fungsi identifikasi pribadi dan fungsi status berpengaruh signifikan terhadap respon konsumen untuk membayar harga premium. Dari ketiga fungsi yang berpengaruh signifikan tersebut yang paling besar pengaruhnya terhadap respon konsumen untuk membayar harga premium adalah fungsi jaminan. Sedangkan fungsi identifikasi sosial tidak berpengaruh signifikan.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti ajukan untuk Nokia Indonesia sebagai produsen telepon seluler adalah:

1. Nokia Indonesia agar dapat terus menjaga dan lebih meningkatkan kualitas produk telepon seluler Nokia untuk tetap menjaga citra produk di pasaran. Selain itu dapat menciptakan inovasi produk melalui perluasan merek, mengingat semakin kompetitifnya persaingan di dalam industri telepon seluler.
2. Lebih meningkatkan konsistensi citra produk dengan citra konsumen agar semakin baik pengevaluasian konsumen. Karena dengan pencitraan produk yang baik, konsumen mampu untuk memperkaya citra pribadinya. Selain itu, lewat pencitraan yang baik dan disesuaikan dengan produk perluasan, akan mendukung dari promosi produk baru tersebut. Bila hal tersebut berjalan dengan baik, Nokia tidak perlu ragu lagi untuk

melakukan perluasan merek agar dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan.

3. Lebih meningkatkan promosi penjualan dengan menjalin komunikasi dengan konsumen. Promosi dapat dilakukan dengan menjadi sponsor kegiatan mahasiswa dalam bidang seni maupun olahraga, melalui media-media promosi seperti majalah, televisi, radio, maupun media promosi lainnya.