

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan serta tujuan penelitian untuk mengetahui gambaran mengenai hubungan *brand image Heaven Skateboarding* dengan loyalitas pelanggan, dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang kuat antara *strength of brand associations Heaven Skateboarding* dengan loyalitas pelanggan *Heaven Skateboarding*.
2. Terdapat hubungan yang kuat antara *favorability of brand associations Heaven Skateboarding* dengan loyalitas pelanggan *Heaven Skateboarding*.
3. Terdapat hubungan cukup kuat antara *uniqueness of brand associations Heaven Skateboarding* dengan loyalitas pelanggan *Heaven Skateboarding*.

### 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai gambaran tanggapan *brand image Heaven Skateboarding*. Berikut diajukan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan masukan:

1. Saran Praktis
  - a. Untuk meningkatkan *brand image* produk *Heaven Skateboarding*, terutama mengenai indikator kekuatan asosiasi (*strength of brand*

*association*), *Heaven Skateboarding* harus selalu membangun kepopuleran merek dengan strategi komunikasi melalui periklanan atau promosi yang dilakukan, sehingga tingkat kepopuleran produk di masyarakat akan lebih luas lagi. Seperti dengan melakukan promosi di media sosial, media cetak, dan yang lainnya, serta mensponsori *event-event skateboard*.

- b. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk *Heaven Skateboarding*, terutama mengenai pelanggan merekomendasikan produk ke orang lain, *Heaven Skateboarding* perlu meningkatkan lagi kualitas produk dan promosi-promosi seperti mengikuti *event-event clothing, personal selling* dan lainnya, sehingga pelanggan merasa puas akan produk *Heaven Skateboarding* karena kualitas dan kepopulerannya dan bersedia merekomendasikan produk *Heaven Skateboarding* kepada yang lainnya.

## 2. Saran Akademis

- a. Sinergi akademisi dengan pengusaha bisnis aksesoris olahraga *skateboard* ditingkatkan dalam orientasi strategi pemasaran, sehingga untuk akademisi dapat berkontribusi dalam bisnis aksesoris olahraga *skateboard* di kota Bandung. Dengan demikian akan lebih meningkat kualitas bisnis Rumah aksesoris olahraga *skateboard* karena memiliki lulusan akademisi yang berkompeten di bidang pemasaran, serta menjadikan usaha yang menjanjikan.

- b. Bagi peneliti yang lain diharapkan penelitian ini menjadi referensi dalam penelitian berikutnya dan dapat diperluas mengenai variabel-variabel yang lainnya, seperti variabel lokasi, *store atmosphere*, *display interior*, kualitas produk dan yang lainnya.

