

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan *Customer Experience* pada handphone Smartfren Andromax C3 berdasarkan tanggapan responden yang sudah diakumulasikan mendapat skor 11674 dan hasil perhitungan tingkat pencapaian responden sebesar 76% yang termasuk dalam kategori “cukup”. Fokus utama Smartfren yang sebaiknya diperbaiki dan dikembangkan menjadi lebih baik lagi dalam segi ketersediaan informasi, informasi mengenai spesifikasi produk, kualitas produk, kesigapan dalam menawarkan dan memberikan informasi, solusi terhadap keluhan produk, ketepatan penanganan keluhan, garansi yang diberikan, pelayanan yang cepat sehingga tidak menyita waktu pelanggan yang mendapatkan respon cukup. Berdasarkan data tersebut penulis berpendapat bahwa tanggapan responden secara umum menyatakan pelaksanaan *Customer Experience* pada handphone Smartfren Andromax C3 masih “cukup” belum mencapai kategori baik.
2. *Brand Image* pada handphone Smartfren Andromax C3 berdasarkan tanggapan responden yang sudah diakumulasikan mendapat skor 7050 dan hasil perhitungan tingkat pencapaian responden 74% yang masuk kedalam kategori “cukup”. Fokus utama yang sebaiknya diperbaiki dan

dikembangkan menjadi lebih baik lagi dalam segi atribut produk, perasaan dan emosi pelanggan terhadap produk digunakannya, kesesuaian citra merek dalam hal kualitas, fitur dan layanan, keunggulan produk dari pesaing, semua indikator tersebut mendapatkan kategori cukup. Berdasarkan data tersebut penulis berpendapat bahwa tanggapan responden secara umum menyatakan *Brand Image* pada handphone Smartfren Andromax C3 masih “cukup” belum mencapai kategori baik.

3. *Customer Experience* memiliki hubungan yang kuat pada *Brand Image* pada handphone Smartfren Andromax C3, hal tersebut di tunjukan pada *product moment* sebesar 0,626 berada pada tingkat hubungan “kuat”. Dan dalam analisis regresi ditemukan adanya pengaruh yang signifikan antara *Customer Experience* terhadap *Brand Image*.

5.2 Saran

Berikut ini penulis memberikan beberapa saran yang mungkin dapat membantu permasalahan yang terjadi pada Smartfren Andromax C3, yaitu sebagai berikut:

1. Melihat tanggapan cukup yang diberikan oleh responden terhadap pengalamannya selama menggunakan produk Smartfren andromax C3, smartfren sebaiknya terus mengembangkan layanannya, terutama dalam hal ketersediaan informasi, informasi mengenai spesifikasi produk, Kualitas produk, kesigapan dalam menawarkan dan memberikan informasi, solusi terhadap keluhan produk, ketepatan penanganan keluhan, garansi yang diberikan, pelayanan yang cepat sehingga tidak menyita

waktu pelanggan yang mendapatkan respon cukup. Hal tersebut yang sebaiknya patut dipertimbangkan menjadi fokus utama perusahaan. Pengalaman konsumen sangat menentukan, baik dan buruknya pengalaman yang di alami konsumen akan berdampak pada perusahaan.

2. Tanggapan yang diberikan responden terhadap *brand image* Smartfren Andromax C3 “cukup”, hal tersebut sebaiknya diperbaiki dan dikembangkan terutama dalam segi atribut produk, perasaan dan emosi pelanggan terhadap produk digunakannya, kesesuaian citra merek dalam hal kualitas, fitur dan layanan, keunggulan produk dari pesaing, semua indikator tersebut mendapatkan kategori cukup. Smartfren sebaiknya bisa mengembangkan semua indikator tersebut menjadi lebih baik lagi agar pelanggan merasa yakin dan percaya terhadap kualitas produk yang telah diberikan yang akan berdampak pada citra merek Smartfren sendiri.
3. Dikarenakan adanya pengaruh yang signifikan dengan tingkat hubungan yang kuat antara *Customer Experience* terhadap *Brand Image*, penulis menyarankan agar Smartfren dapat memberikan pengalaman baru dan baik tentunya selama pelanggan menggunakan Andromax C3, terlebih guna mempertahankan *Brand Image* perusahaan agar terus lebih baik dan berkembang.