

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas merek pada kartu halo telkomsel di Kota Padang.
2. Citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas merek pada kartu halo telkomsel di Kota Padang.
3. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada kartu halo telkomsel di Kota Padang.
4. Citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada kartu halo telkomsel di Kota Padang.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas merek pada kartu halo telkomsel di Kota Padang.
6. Kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara harga dan loyalitas merek pada kartu halo telkomsel di Kota Padang.
7. Kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara citra merek dan loyalitas merek pada kartu halo telkomsel di Kota Padang.

5.2. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi kartu halo telkomsel di Kota Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

loyalitas merek kartu halo telkomsel di Kota Padang termasuk dalam kategori tinggi. Sehingga perlu ditingkatkan lagi dimasa yang akan datang menjadi kategori sangat tinggi.

Upaya yang dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan loyalitas merek kartu halo telkomsel sebagaimana dijelaskan diatas dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan . Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini secara empiris telah membuktikan bahwa variabel kepuasan pelanggan merupakan variabel penting yang dapat mempengaruhi loyalitas merek pada kartu halo telkomsel di Kota Padang.

Upaya peningkatan kepuasan pelanggan sebagaimana yang dijelaskan diatas adalah dengan cara memperhatikan item pernyataan yang memiliki skor rata-rata masih rendah dimana:

1. Pihak manajemen kartu halo telkomsel seharusnya melihat aspek meningkatkan kepuasan pelanggan agar loyalitas mereknya semakin tinggi.
2. Pihak manajemen kartu halo telkomsel seharusnya memahami lebih baik kebutuhan dan harapan pengguna agar dapat membawa dampak positif terhadap loyalitas mereknya.

Hal lain yang harus diperhatikan oleh pihak manajemen kartu halo telkomsel di Kota Padang dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan adalah memperhatikan atau meningkatkan citra merek. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam

rangka memperbaiki citra merek adalah dengan memperhatikan skor rata-rata item yang baik, dimana:

1. Pihak manajemen kartu halo telkomsel hendaknya membangun kredibilitas agar dapat meningkatkan citra yang positif di benak konsumen dan merekomendasikan kepada kerabat/teman.
2. Pihak manajemen kartu halo telkomsel hendaknya dapat meningkatkan aspek fitur internet yang baik.

Hal lain yang harus diperhatikan oleh produsen kartu halo telkomsel di Kota Padang dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan adalah memperhatikan atau meningkatkan harga. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Upaya peningkatan harga sebagaimana yang dijelaskan diatas adalah dengan cara memperhatikan item pernyataan yang memiliki skor rata-rata masih rendah dimana:

1. Pihak manajemen kartu halo telkomsel hendaknya menetapkan harga yang lebih sesuai dengan persepsi nilai yang dirasakan oleh pelanggan.

5.3. Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada kartu halo telkomsel di Kota Padang, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada kartu halo telkomsel di Kota lain. Dengan demikian

disarankan bagi penelitian yang akan datang dapat mengujikan model penelitian ini pada kartu halo telkomsel di Kota lain.

2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi loyalitas merek yaitu harga, citra merek dan kepuasan pelanggan, sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi loyalitas merek seperti citra merek. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut kedalam model penelitiannya.
3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 100 orang responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur, & Supriyono. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Sego Njamoer (Studi pada Gerai Sego Njamoer Foodcourt Royal Plaza Surabaya). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(2), 380–394. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v5i2.700>
- Achmad, N. (2023). *How Does Brand Awareness Affect Purchase Intention In Mediation By Perceived Quality And Brand Loyalty ?*
- Agung, I. G., & Sri, K. (2023). *Peran cinta merek memediasi pengaruh kepuasan merek terhadap loyalitas merek pada konsumen anomali coffee di ubud*. 12(03), 527–534.
- Agussalim, S. O., & Jan, A. B. H. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2318–2327.
- Akhtar, N., Ahmed, I., jafar, H.Y., Rizwan, a L.I.,& Nawaz, J. M. (2016). the impact of packaging,price and brand awareness on brand loyalty: a reseller perspective in mobile sector of pakistan. *International Review of Management and Business Research*, 5(3), 790–807.
- Ali Hasan. (2018). Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Pakaian Anak-anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. *Indonesia Indovisi Institute*, 1(Iii), 83–104.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Annisa, M., Utama, A., Si, M., Pengajar, S., Universitas, J. M., & Yogyakarta, N. (2015). *The Influence Of Brand Image, Brand Trust, and Customer Satisfaction Toward Courier Service Brand Loyalty (A Case Study of Indonesian Pos Courier Service Customers of Economic Faculty of Yogyakarta State University)*. 443–454.
- Arikunto, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta.
- Arsyan, M. F., & Mahfudz, M. (2022). ... , Dan kepercayaan terhadap loyalitas merek dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi Pada Pelanggan *Diponegoro Journal of Management*, 3(July), 2266–2274.
- Asy'ari, A. H., & Jayen, F. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Merek Handphone Merek Samsung di Kalimantan Selatan. *Jurnal Pundi*,

3(3), 235. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.198>

- Budiyanto dan Diska Destilestari, A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 20(3), 79–101. <https://ibn.e-journal.id/index.php/ESENSI/article/view/30>
- Candra, C., Amil, A., & Iswanto, D. (2019). pengaruh citra dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek (Studi Kasus Kepada Konsumen Telkomsel Di Kantor PT. Grapari Mataram). *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 1(1), 29–42. <https://doi.org/10.31764/jgop.v1i1.943>
- Charles, C., & Lego, Y. (2022). Pengaruh Pengalaman Merek, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Merek H&M. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 759–766. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19770>
- Christian, D., Goh, T. S., & Margery, E. (2022). *YUME : Journal of Management Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek PT . Andalas Nusa Perkasa Medan*. 5(3), 40–45. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.324>
- Darmadi, R., Silitonga, P., & Kristiadi, A. A. (2021). Pengaruh Social Media Customer Engagement Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas terhadap Perguruan Tinggi. *Widya Manajemen*, 3(2), 166–177.
- Darmawan, D. (2019). Kualitas Produk, Kesadaran Merek dan Harga serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 75–88. <https://doi.org/10.14710/jab.v8i2.25267>
- Diotiharta, Y., Muktiyanto, A., & Mujtahid, I. M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Internet PT. Telkomsel di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 401–414. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3070>
- Effriena Brilliany, & Anton P.W. Nomleni. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 72–77. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i1.153>
- Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Fauziah, N., & Aziz Mubarak, D. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli: Studi Pada Produk Kecantikan. *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 37–44. <https://doi.org/10.17509/image.v8i1.22686>

- Gede Marendra, I., tabel Kata kunci, F., Pemasaran, B., Pembelian, K., Linear Berganda, R., & Hipotesis, U. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket (Alfamart Atau Indomaret)*. 1(3), 2598–2823.
- Guanabara, E., Ltda, K., Guanabara, E., & Ltda, K. (n.d.). *Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Merek Honda*. 5(1).
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6387>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014a). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014b). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Harga, P., Merek, C., & Terhadap, D. A. N. F. (2015). Loyalitas Merek Handphone Samsung Di Banda Aceh. *Jurnal Manajemen*, 4(3), 131–140.
- Hasan, G. (2023). *On Brand Loyalty In Boba Drinks In Batam City Pengaruh Kualitas Pelayanan , Nilai Persepsi , Citra Merek , Kewajaran Harga Dan*. 4(January), 657–672.
- Keller, K. L. (2013). *and Measuring , Brand Managing Customer-Based Equity*. 57(1), 1–22.
- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 394–411.
- Liu, H. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Di Jakarta Barat). *Business Management Journal*, 15(1), 1–11. <https://doi.org/10.30813/bmj.v15i1.1560>
- Marpaung, N. N. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Ando (Studi Kasus Di Kota Bekasi 2020). *Parameter*, 5(2), 27–40. <https://doi.org/10.37751/parameter.v5i2.147>

- Marsellina, M., & Budiono, H. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Uniqlo di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(4), 788. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i4.6565>
- Muyassirah1, M. A. 2*. (2021). Jurnal Kajian Ilmu Manajemen. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 1(2), 115–120.
- Napitupulu, F. (2019). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pt . ramayana lestari sentosa The influence of price and quality of products on customer satisfaction in pt . ramayana lestari sentosa*. 16(1), 1–9.
- Ngabiso, F., Radji, D. L., & Kango, U. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Amdk Merek Aqua Di Kota Gorontalo). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.37479/jimb.v4i1.10453>
- Nissi, Y. El, & Budiono, H. (2019). Kepercayaan Merek Sebagai Mediator Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(3), 629. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i3.5375>
- Noviyanti, D. (2017). Pentingnya Kepuasan Pelanggan Bagi Travel Haji Dan Umroh Di Banjarmasin. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 16(31), 36. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v16i31.1754>
- Nugroho, D. A., & Dwiridotjahjono, J. (2023). *Flag Dairy Products In Surabaya Pengaruh Citra dan Kepercayaan serta Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek pada Produk Susu UHT Frisian Flag di Surabaya*. 4(3), 1760–1770.
- Nurfadila, N., Sutomo, M., & Asriadi, A. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Merek Honda. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 1(3), 319–332. <https://doi.org/10.22487/jimut.v1i3.33>
- Oscar, B., & Sumirah, D. (2019). Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9(1), 1–11.
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>

- Rahmadhani, S., Ayu Nofirda, F., & Muhammadiyah Riau, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi (Studi Pada Merek Apple). *DeReMa(Development of Research Management): Jurnal Manajemen*, 17(2), 205–222.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2018). *Perilaku Konsumen*.
- Saputro, A. S., Hidayat, K., & Yulianto, E. (2016). Perencanaan Strategi Pemasaran Paket Data Kampus Dalam Persaingan Di Bidang Paket Data Internet (Studi Kasus Pada Pt. Telkomsel Cabang Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 36(1), 163–169.
- Sari, H. V. P., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Biskuit Oreo Di Carrefour Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1), 1–9.
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p19>
- Sembeng, L. L., Sumarauw, J., & Raintung, M. (2016). *Pengaruh Promosional Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Halo Pada Pt. Telkomsel Grapari Manado*. 4(1), 11–22.
- Sianipar, M. Y., Lie, D., Butarbutar, M., & Julyanthry, J. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Polygon Strattos Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Pt Inera Sena (Survei Terhadap Komunitas Polygon Strattos User Indonesia). *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 24–38. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v6i1.112>
- Sondak, C., Tumbel, A., & Lintong, D. (2021). Analisis Pengaruh Promosi Penjualan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Indogrosir Manado. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 754–764.
- Sopiah, E. mamang sangadji &. (2018). *Perilaku Konsumen (Pertama)*. Andi Offset.
- Sudirman, A., Halim, F., & Pinem, R. J. (2020). Kepercayaan Sebagai Pemediiasi Dampak Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 66. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4822>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen* (Kedua). Ghalia Indonesia.
- Sutisna dan Pawitra (2001). (2001). Kepercayaan Sebagai Pemeditasi Dampak Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gokje. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 66. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4822>
- Trimaryani, D., Banani, A., & Setyanto, R. P. (2019). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Merek Pengguna Smartphone Samsung Di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(3). <https://doi.org/10.32424/jeba.v21i3.1285>
- Ulang, M. B. (2010). Pentingnya Brand Loyalty Terhadap Minat Beli Ulang (Prasetyo H. & Sumarto) 9. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 9–18.
- Variano, V. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Merek Konsumen Kereta Api. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(3), 1–7.
- Wahyu Laksono, A., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 1(1).
- Wahyuni, L. I., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Pada Kartu Prabayar Simpati Telkomsel. *jurnal pendidikan ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(2), 242. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i2.8560>
- Waqar, M. (2020). Impact of Price and Service Quality on Brand Loyalty in Telecommunication Industry: The Mediating Effect of Customer Satisfaction. *The Journal of Educational Paradigms*, 2(1), 103–111. <https://doi.org/10.47609/0201052020>
- Wijaya, I. P. S. A., & Nurcaya, I. N. (2017). Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Merek Mcdonalds Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3), 1534–1563.
- Yuliarmi, N. N., & Riyasa, P. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan*. April.
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Zebuah, A. J. (2018). Analisis Identitas Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 61–68. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.61-68>

Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny : Myths and Truths about Mediating Analysis. *Journal of Consumer Research*, 3(7), 197–206.