BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan :

1. Pengaruh variabel *Experiential Marketing* (X1) terhadap *Kepuasan Konsumen* (X2) secara langsung sebesar **23,62 %**. Hasil ini menunjukkan bahwa Experiential Marketing (X1) memiliki pengaruh secara langsung terhadap Kepuasan konsumen.
2. Pengaruh variabel *Kepuasan Konsumen* (X2) terhadap *Loyalitas Pelanggan* (Y) sebesar **71,1%.** Hasil ini menunjukkan bahwa *Kepuasan Konsumen* (X2) terhadap *Loyalitas Pelanggan* (Y) .
3. Pengaruh variabel *Experiential Marketing* (X1) terhadap *Loyalitas Pelanggan* (Y) secara langsung sebesar **2,10%**. Hasil ini menunjukkan bahwa *Experiential Marketing* (X1) memiliki pengaruh secara langsung terhadap *Loyalitas Pelanggan* (Y).
4. Pengaruh variabel *Experiential Marketing* (X1) terhadap *Loyalitas Pelanggan* (Y) secara tidak langsung melalui variabel *Kepuasan Konsumen* (X2) sebesar **5,94%**. Hasil ini menunjukkan bahwa *Experiential Marketing* (X1) memiliki secara tidak langsung terhadap *Loyalitas Pelanggan* (Y) melalui variabel *Kepuasan Konsumen* (X2).

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

   You Nine Cafe Medan hendaknya meningkatkan *experiential marketing*, tetapi perhatian utama adalah indikator perasaan dan tindakan. Pada indikator perasaan disarankan perlu mengadakan pendidikan dan pelatihan bagi karyawan sehingga dapat meningkatkan pelayanannya kepada pelanggan yaitu dalam keramahan dan ketepatan penyajian. Untuk mempercepat dalam penyajian menu dapat dilakukan dengan menambah jumlah karyawan untuk dapur dan pramusaji, dengan penyajian yang lebih cepat akan membuat perasaan pelanggan meningkat. Selain itu pada indikator pertalian disarankan untuk berkomunikasi lebih sering kepada pelanggan melalui obrolan ringan, cara ini bertujuan untuk mengenal lebih jauh pelanggan dan begitupun sebaliknya, saling mengenal lebih jauh akan memupuk kepercayaan (*trust*) yang lebih tinggi, memberikan potongan harga ataupun makan gratis kepada pelanggan yang berulang tahun, dengan adanya cara tersebut pihak You Nine Cafe Medan dapat secara aktif meningkatkan pertalian dengan pelanggan.

2. Bagi Peneliti

   Peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti variabel lain yang dimungkinkan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan seperti *brand trust.* Agar perusahaan tidak hanya memperhatikan kualitas dari

produk yang ditawarkan, tetapi produsen juga harus menyampaikan suatu pengalaman yang tidak terlupakan bagi konsumen melalui komunikasi, identitas visual, kehadiran produk, kerjasama, lingkungan spatial, website perusahaan, pelayan dan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan, agar konsumen mendapatkan suatu nilai saat mengkonsumsi produk yang ditawarkan perusahaan.