

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan pengaruh *experiential Marketing* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Umaeh Inyong di Purwokerto, maka peneliti memaparkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara umum, tanggapan pelanggan terhadap *experiential marketing* di Restoran Umaeh Inyong yang terdiri dari *sense marketing, feel marketing, think marketing, act marketing, dan relate marketing* mendapatkan penilaian yang tinggi oleh pelanggan Restoran Umaeh Inyong.
2. Secara umum, tanggapan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Umaeh Inyong yang terdiri dari kinerja pelayanan, kualitas produk dan harga mendapatkan penilaian yang tinggi oleh pelanggan di Restoran Umaeh Inyong.
3. Secara umum, tanggapan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Restoran Umaeh Inyong yang terdiri dari *repeat purchase, retention, dan referalls* mendapatkan penilaian yang tinggi oleh pelanggan di Restoran Umaeh Inyong.
4. Terbukti bahwa *experiential marketing* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Restoran Umaeh Inyong, artinya semakin baik *experiential marketing* yang diberikan oleh pihak manajemen Restoran Umaeh Inyong, maka pelanggan akan semakin loyal.
5. Terbukti bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Restoran Umaeh Inyong, artinya semakin baik kepuasan pelanggan yang diberikan oleh pihak manajemen Restoran Umaeh Inyong, maka pelanggan akan semakin loyal.
6. Terbukti bahwa *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan berpengaruh *simultan* terhadap loyalitas pelanggan Restoran Umaeh Inyong, artinya semakin baik *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan yang diberikan oleh pihak manajemen Restoran Umaeh Inyong, maka pelanggan akan semakin loyal.

Bella Chrisanti Puspa Sari, 2018

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN UMAEH INYONG DI
PURWOKERTO**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang dilakukan, maka peneliti memberikan saran mengenai *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Umaeh Inyong di Purwokerto, sebagai berikut:

1. *Experiential Marketing* dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Umaeh Inyong. Dengan kata lain, *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan dapat menjadi pemasaran luar biasa terhadap tumbuhnya loyalitas pelanggan di Restoran Umaeh Inyong. Oleh karena itu, manajemen Restoran Umaeh Inyong diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan *experiential marketing* melalui *sense marketing*, *feel marketing*, *think marketing*, *act marketing*, dan *relate marketing*. Terutama disini yang perlu mendapatkan perhatian lebih yaitu pada *think marketing* yang mendapatkan skor rendah dibandingkan dengan lainnya, pihak Restoran Umaeh Inyong perlu cepat tanggap terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan, pihak Restoran Umaeh Inyong harus dapat berpikir kreatif, pihak Restoran Umaeh Inyong dapat mengadakan program yang melibatkan pelanggan dalam memberikan keberagaman hiburan serta inovasi variasi menu makanan dan minuman sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga pelanggan mendapatkan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Selain itu manajemen Restoran Umaeh Inyong diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kinerja pelayanan, kualitas produk, dan harga. Terutama disini yang perlu mendapatkan perhatian lebih yaitu pada kinerja pelayanan yang mendapat skor rendah dibandingkan dengan lainnya, pihak Restoran Umaeh Inyong dapat melakukan riset serta pelatihan kepada karyawan agar dapat menghasilkan produk sesuai dengan harapan pelanggan, dan selalu memperhatikan ketersediaan akan menu makanan dan minuman yang ditawarkan kepada pelanggan. Sehingga pelanggan tidak akan merasa kecewa dengan kinerja pelayanan di Restoran Umaeh Inyong. Disamping itu, dalam mempertahankan serta meningkatkan

Bella Chrisanti Puspa Sari, 2018

PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN UMAEH INYONG DI PURWOKERTO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

experiential marketing dan kepuasan pelanggan harusnya dapat diimbangi dengan program maupun pelayanan yang berbeda dan menarik sehingga pelanggan tidak merasa bosan atau monoton ketika melakukan kunjungan ke Restoran Umaeh Inyong dan akan melakukan kunjungan kembali untuk waktu yang lama.

2. Masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini. Maka dari itu disarankan kepada peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan diharapkan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan teori dan metode penelitian yang berbeda atau melakukan penelitian terhadap variabel lain yang dimungkinkan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan seperti *brand trust*.

Bella Chrisanti Puspa Sari, 2018

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN UMAEH INYONG DI
PURWOKERTO**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu