

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis*, maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden terhadap pemasaran eksperiensial hampir seluruhnya sudah **baik**. Hal ini dapat dilihat dari indikator yang paling dominan sampai kepada indikator yang paling rendah, indikator yang paling dominan adalah persepsi responden terhadap eksperiensial pada dimensi *sense* memperoleh tanggapan yang baik dari pengunjung, sedangkan indikator yang paling rendah adalah *relate* yang ditinjau dari kesesuaian harga yang ditawarkan *resort&spa* Kampung Sampireun.
2. Tanggapan responden terhadap retensi pelanggan hampir seluruhnya sudah **baik**. Hal ini dapat dilihat dari indikator yang paling dominan sampai kepada indikator yang paling rendah, indikator yang paling dominan adalah persepsi responden terhadap *trust* memperoleh tanggapan yang baik dari pengunjung, sedangkan indikator yang paling rendah adalah *satisfaction* yang ditinjau dari kecepatan pelayanan.
3. Pemasaran Eksperiensial berpengaruh secara positif terhadap Retensi pelanggan. Sehingga produk dan jasa yang berkualitas, inovatif dan

memberikan kenyamanan juga kepuasan yang baik pada pengunjung akan memberikan pengaruh yang positif terhadap retensi pelanggan.

Secara keseluruhan berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan pada umumnya pemasaran eksperiensial yang terdiri dari *sense, feel, think, act*, dan *relate* berpengaruh terhadap retensi pelanggan *resort&spa* Kampung Sampireun.

5.2 Rekomendasi

Rekomendasi penulis untuk meningkatkan dan mempertahankan retensi pelanggan *resort&spa* Kampung Sampireun, maka *resort&spa* Kampung Sampireun harus mempertahankan hasil-hasil positif yang telah dicapai dan meningkatkan kualitas dengan memberikan pengalaman yang positif kepada pengunjung yang selama ini telah dilaksanakan dengan pengalaman tersebut dapat merangsang panca indera, emosi, *cognitive*, tingkah laku dan nilai hubungan yang menggantikan nilai fungsional. Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. Penilaianan pelanggan terhadap kesesuaian harga yang ditawarkan *resort&spa* Kampung Sampireun dinilai tidak sesuai. *Resort&spa* Kampung Sampireun harus lebih memperhatikan kebutuhan, keinginan dari pengunjung dengan memberikan pelayanan yang lebih baik supaya pengunjung merasa puas dan tidak ada rasa penyesalan dengan apa yang telah dikorbankan oleh pengunjung yaitu waktu dan biaya.
2. Upaya untuk mempertahankan pelanggan agar tidak mudah terpengaruh oleh *resort-resort* yang sejenis maka, *resort&spa* Kampung Sampireun harus

memberikan pelayanan yang optimal kepada pengunjung mulai dari keramahan sampai kecepatan pelayan/petugas dalam melayani pengunjung.

3. Berdasarkan penelitian bahwa pemasaran eksperiensial memberikan pengaruh terhadap retensi pelanggan akan tetapi *resort&spa* Kampung Sampireun harus lebih memperhatikan keinginan dengan memberikan keunikan yang tidak dimiliki *resort-resort* lain terhadap pelanggan dengan memberikan pengalaman yang tidak akan terlupakan, dengan demikian pelanggan akan memperhatikan makna dari strategi sehingga akan membentuk citra yang positif dalam benak pelanggan dan pada akhirnya akan tercipta loyalitas dan retensi yang kuat bagi pelanggan.
-