

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian ini memiliki kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Semua dimensi *marketing mix* yang terdiri dari *sense, feel, think, act* dan *relate* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kafe di Kota Padang. Pengunjung menganggap mereka akan puas jika bisnis kafe mampu memberikan pengalaman unik dan berbeda dari kafe lain.
2. Semua dimensi *marketing mix* yang terdiri dari *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kafe di Kota Padang. Pengunjung menganggap semakin baik aspek tsb diberikan maka akan semakin tinggi kepuasan.
3. Variabel kepuasan memiliki pengaruh terhadap variabel loyalitas konsumen.

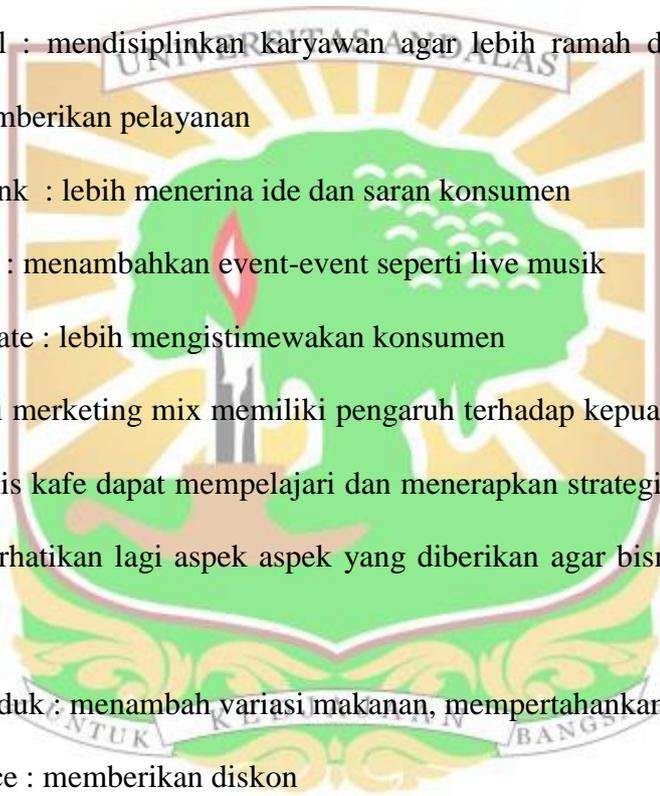
5.2 Implikasi Penelitian

Implikasi dari masing-masing variabel dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Strategi *experiantial marketing* memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan, oleh karena itu bisnis kafe harus memahami, mempelajari

strategi ini dan kelima dimensinya dan kemudian diterapkan sebaik mungkin untuk perkembangan bisnis. Bisnis kafe sebaiknya memberikan pengalaman, menyentuh emosi dan memberikan sensasi tersendiri. Dapat dilakukan dengan cara

- a. Sense : memperbaiki cita rasa produk, mengatur suhu ruangan, memutar musik yang sesuai, menggunakan desain interior kafe yang unik
 - b. Feel : mendisiplinkan karyawan agar lebih ramah dan cepat dalam memberikan pelayanan
 - c. Think : lebih menerima ide dan saran konsumen
 - d. Act : menambahkan event-event seperti live musik
 - e. Relate : lebih mengistimewakan konsumen
2. Strategi marketing mix memiliki pengaruh terhadap kepuasan, oleh karena itu bisnis kafe dapat mempelajari dan menerapkan strategi ini dengan cara memperhatikan lagi aspek aspek yang diberikan agar bisnis berkembang, seperti
- a. Produk : menambah variasi makanan, mempertahankan kualitas rasa,
 - b. Price : memberikan diskon
 - c. Place : memperluas wilayah parkir
 - d. Promotion : menggunakan media sosial sebagai media promosi
 - e. People : membuat SOP (Standart Operasional Procedur)
 - f. Process : mempermudah prosedur pemesanan
 - g. Physical Evidence : memperhatikan kondisi dan tampilan fisik kafe



5.3 Keterbatasan Penelitian

Di dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yang mengurangi keakuratan hasil yang ditemukan yaitu:

1. Hasil penelitian menunjukkan R square hanya 0,28, ini berarti variabel loyalitas mampu dijelaskan dan dipengaruhi sebesar 28% oleh variabel kepuasan dan sisanya 72% dipengaruhi oleh variabel lain. Hal ini berarti jumlah variabel yang digunakan sebagai prediktor loyalitas dalam penelitian ini masih terbatas.
2. Dalam penelitian melihat hasil experiential marketing dan marketing mix secara general dari keempat kafe, tidak mengidentifikasi merek kafe secara detail, sehingga sulit mengetahui bagaimana hasil strategi masing-masing, mengingat strategi masing masing kafe tentu berbeda. kemudian sulit dalam memberikan saran pada masing masing kafe.

5.4 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang bisa diajukan yaitu:

1. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel lain sehingga dapat memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap loyalitas pengunjung.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk mengidentifikasi kafe secara detail, sehingga strateginya jelas dan dapat memberikan saran secara tepat pada masing-masing kafe yang diteliti.