

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan dan analisis hasil penelitian mengenai pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi pada pelanggan Kafe Alooha Tropical. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 210 responden pelanggan Kafe Alooha Tropical, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Experiential marketing memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan kafe Alooha Tropical yang positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya menerapkan strategi pemasaran yang tepat seperti experiential marketing agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada Kafe Alooha Tropical.
2. Experiential marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada pelanggan kafe Alooha Tropical. Hal ini menunjukkan bahwa rasa, perasaan, berpikir, bertindak dan berhubungan dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk mengunjungi kembali kafe Alooha Tropical.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada pelanggan kafe Alooha Tropical. Hal ini menunjukkan bahwa perasaan dan

kenyamanan pelanggan dapat mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan untuk mengunjungi kembali kafe Alooha Tropical.

4. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kafe Alooha Tropical. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik sehingga membuat pelanggan puas.
5. Kualitas layanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli ulang pada pelanggan kafe Alooha Tropical. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat membuat pelanggan untuk terus menerus berkunjung ke Kafe Alooha Tropical.
6. Kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara experiential marketing dan minat beli ulang pada pelanggan kafe Alooha Tropical. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat experiential marketing didukung kepuasan pelanggan maka akan membuat konsumen mau untuk datang kembali ke kafe Alooha Tropical.
7. Kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas layanan dan minat beli ulang pada pelanggan kafe Alooha Tropical. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat kualitas layanan didukung kepuasan pelanggan maka akan membuat konsumen mau untuk datang kembali ke kafe Alooha Tropical.

1.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan kuesioner yang telah diisi oleh pelanggan kafe Alooha Tropical, penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat yaitu sebagai informasi referensi untuk mengembangkan usaha kafe Alooha Tropical dengan

mempertimbangkan strategi pemasaran yaitu melalui Experiential Marketing dan kualitas layanan serta juga kepuasan pelanggan yang besar dengan tujuan untuk mencapai peningkatan jumlah konsumen yang datang berulang.

Banyak cara yang bisa dilakukan kafe Alooha Tropical untuk bisa meningkatkan kepuasan pelanggan agar pelanggan tertarik untuk melakukan pembelian ulang melalui perhatian lebih pada penggunaan strategi experiential marketing. Pengelola kafe perlu meningkatkan pengalaman konsumen pada saat mengunjungi kafe Alooha Tropical seperti, peningkatan dalam cita rasa makanan, pengembangan menu, peningkatan dalam penyajian makanan, peningkatan konsep rumah makan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen untuk bersantap dengan santai dan peningkatan pelayanan yang diberikan guna menambah rasa nyaman dalam bersantap seperti makan di kafe yang disesuaikan dengan keinginan konsumen. Pelaku usaha perlu memerhatikan strategi dalam memberikan pengalaman pada konsumen agar tumbuh rasa puas dan memberikan dorongan pada niat konsumen untuk melakukan kunjungan ulang pada waktu berikutnya.

Peningkatan pengalaman konsumen dari segi aroma ruangan yang khas agar dapat membuat pelanggan merasa nyaman berada di Kafe Alooha Tropical. Pihak pengelola perlu memperhatikan kenyamanan pelanggan terkait udara di sekitar kafe Alooha Tropical. Pada saat cuaca atau udara terasa panas, pengelola kafe sebaiknya menyediakan pendingin ruangan seperti kipas angin di bagian outdoor agar dapat menjaga kenyamanan pelanggan.

Selanjutnya untuk kualitas layanan, pengelola kafe Alooha Tropical dapat mempersiapkan karyawan yang dibekali dengan kemampuan memahami menu-menu

yang disajikan oleh resto sehingga karyawan sendiri memiliki keyakinan ketika pelanggan membutuhkan informasi dari pelanggan. Selain itu, meningkatkan keyakinan terhadap performance karyawan juga bisa dilakukan dengan meningkatkan pengendalian diri perilaku karyawan, artinya karyawan sedapat mungkin berkomunikasi secara formal kepada pelanggan, artinya karyawan merasa bahwa pelanggan adalah tamu yang wajib dihormati bukan dianggap sebagai teman. Pihak pengelola memberikan layanan secara cepat dan akurat dan pihak kafe Alooha tropical menyesuaikan proses layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Kemudian penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi bagi akademis dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang pemasaran. Baik itu Experiential Marketing maupun Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang ditambah dengan Kepuasan Pelanggan maka bisa menjadi suatu cara untuk mengembangkan usaha lebih baik lagi dan mampu membuat usahanya memiliki keunggulan yang kompetitif dari pesaing.

1.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil penelitian ini masih banyak kekurangan dan memiliki keterbatasan yang mungkin nantinya akan memengaruhi hasil yang diharapkan, oleh karena itu keterbatasan tersebut diharapkan lebih diperhatikan untuk peneliti yang akan datang, dimana kelemahan-kelemahan yang peneliti temui adalah:

1. Data yang diperoleh masih terbatas karena penelitian menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden.
2. Sampel yang digunakan dalam penelitian pun hanya terbatas yaitu sebesar 210 orang responden, sehingga tidak bisa menggambarkan keseluruhan fakta yang ada di lapangan.
3. Adanya terdapat bias pada jawaban responden yang disebabkan oleh beberapa responden yang mungkin kurang memahami dengan baik maksud dari pernyataan yang ada di kuesioner.
4. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel bebas yaitu Experiental Marketing dan Kualitas Layanan serta variabel mediasi yaitu Kepuasan pelanggan, sehingga tidak bisa mengetahui apa saja secara keseluruhan variabel apa saja yang mempengaruhi Minat Beli Ulang.

1.4 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya:

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya jumlah sampel dapat diperbanyak agar data yang dihasilkan lebih akurat
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel lain yang dapat memengaruhi Minat beli Ulang, serta menggunakan variabel lain untuk dijadikan sebagai variabel mediasi.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan objek penelitian

4. Pada penelitian selanjutnya diharapkan bisa meneliti dari sudut masalah lain seperti membandingkan kepuasan konsumen dengan melihat loyalitas konsumen, meneliti bagaimana pengaruh harga, atau meneliti hal apa saja yang menurut konsumen masih kurang pada kafe.

Diharapkan pada penelitian selanjutnya, bisa diteliti tentang minat beli ulang pada kafe berdasarkan Gender. Seperti yang diketahui pada penelitian ini bahwa jumlah responden yang mengunjungi Coffee shop pada penelitian ini adalah perempuan.

