BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV dapat disimpulkan bahwa:

1. *Education experience* tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan, dimana semakin besar atau semakin ditingkatkan *education experience* Transmart Kota Padang maka tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan Transmart Kota Padang.
2. *Entertainment experience* mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan, dimana semakin besar atau semakin ditingkatkan *entertainment experience* Transmart Kota Padang maka semakin tinggi kepuasan pelanggan Transmart Kota Padang.
3. *Esthetic experience* mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan, dimana semakin besar atau semakin ditingkatkan *esthetic experience* Transmart Kota Padang maka semakin tinggi kepuasan pelanggan Transmart Kota Padang.
4. *Escapism experience* mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan, dimana semakin besar atau semakin ditingkatkan *escapism experience* Transmart Kota Padang maka semakin tinggi kepuasan pelanggan Transmart Kota Padang.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka *entertainment experience, esthetic experience,* dan *escapism experience* harus ditingkatkan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan yang tinggi. Sedangkan *education experience* perlu menjadi perhatian Transmart Kota Padang karena tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka ditentukan beberapa implikasi yang bermanfaat bagi manajemen Transmart Kota Padang selaku pengelola dalam mengoptimalkan *education experience, entertainment experience, esthetic experience,* dan *escapism experience* agar terciptanya kepuasan pelanggan Transmart Kota Padang.

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *entertainment experience, esthetic experience,* dan *escapism experience* secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dimana Transmart Kota Padang harus mengoptimalkan *entertainment experience, esthetic experience,* dan *escapism experience,* karena ketiga variabel tersebut saling berhubungan dan mempengaruhi kepuasan pelanggan sedangkan untuk *education experience* meski tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan akan tetapi harus tetap jadi perhatian dan ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan.

1. *Education Experience*

   Education experience tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini mengindikasikan untuk setiap

peningkatan variabel *education experience* tidak begitu berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan, artinya apabila *education experience* ditingkatkan oleh manajemen maka tidak begitu meningkatkan kepuasan pelanggan Transmart Kota Padang. Artinya peningkatan *education experience* tidak begitu mereka hiraukan dalam memutuskan untuk berkunjung ke Transmart Kota Padang. Meskipun demikian *education experience* perlu juga dikelola oleh manajemen Transmart Kota Padang sebagai salah satu keunggulan bersaing dalam perkembangan bisnis hari ini. Peneliti menyarankan agar pihak manajemen mendesain ulang ruangan dan mengisi ruangan yang masih kosong atau menyediakan tempat khusus yang membuat konsumen dapat menikmati suasana *education experience* agar kepuasan pelanggan terhadap *education experience* dapat ditingkatkan dengan meningkatkan item-item *education experience* seperti perpustakaan modern (virtual) yang penuh dengan ebook, games-games tentang pendidikan, dan lain-lain.

2. *Entertainment Experience*

Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel *entertainment experience* merupakan variabel yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu *entertainment experience* ini tidak boleh hilang di Transmart Kota Padang karena berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Beberapa contoh dari *entertainment experience* ini adalah nonton bioskop, belanja, wisata kuliner, bermain di Mini Trans Studio, nongkrong, dan lain-lain. Manajemen Transmart Kota Padang harus mempertahankan dan meningkatkan *entertainment experience* yang diberikan kepada konsumennya. Karena hal tersebut merupakan salah satu daya tarik dan keunggulan bersaing yang harus dipertahankan. Apalagi ketatnya persaingan di sektor ritel saat ini pusat perbelanjaan haruslah memberikan sesuatu yang berbeda dan unik untuk menarik konsumen untuk datang dan berbelanja ke pusat perbelanjaannya. Hal yang harus jadi perhatian bagi manajemen yaitu kegiatan yang ada di Transmart Kota Padang haruslah lebih menarik lagi sehingga memancing konsumen untuk mengikuti kegiatan tersebut, seperti *live show*, perlombaan, pembelajaran tentang penggunaan produk dan cara menggunakannya serta kegiatan menarik lainnnya.

3. *Esthetic Experience*

Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel *esthetic experience* merupakan variabel yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu setiap peningkatan *esthetic experience* yang diberikan akan memberikan peningkatan pula terhadap kepuasan pelanggan Transmart Kota Padang. Untuk itu *esthetic experience* harus tetap dijaga, dipertahankan, dan ditingkatkan dalam rangka memberikan

kepuasan pelanggan yang paripurna terhadap konsumen Transmart Kota Padang.

Manajemen Transmart haruslah menjadikan *esthetic experience* ini sebagai salah satu fokus yang harus jadi perhatian dan pusat perbaikan. Indikator perbaikan dari *esthetic experience* ini bisa dilakukan melalui perbaikan desain ruangan, penyusunan barang-barang, keselarasanan letak produk yang dijual, pengaturan lay out ruangan, barang-barang yang unik dan lain sebagainya.

4. *Escapism Experience*

Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel *escapism experience* merupakan variabel yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu setiap peningkatan *escapism experience* yang diberikan akan berbanding lurus terhadap terhadap kepuasan pelanggan Transmart Kota Padang. *Escapism experience* haruslah selalu dipertahankan dan ditingkatkan oleh manajemen Transmart Kota Padang, karena *escapism experience* diperoleh melalui sesuatu yang memacu adrenalin para konsumen yang membuat mereka merasakan sesuatu yang baru dan menantang dalam hidupnya. Sehingga ini membuat mereka larut dan melupakan kesibukan sehari-harinya.

Di Transmart Kota Padang kita bisa melihat hal ini seperti belanja barang-barang yang unik sehingga membuat para konsumen sibuk dan lupa waktu untuk berbelanja. Contoh lain yaitu permainan

yang menantang adrenalin seperti rool coster, tempat pertualangan, game virtual, dan lain sebagainya. Hal yang perlu ditingkatkan dalam menciptakan *escapism experience* yaitu wahana yang mampu membuat orang tua dan anak bisa bermain bersama sehingga mereka bisa menikmati kebersamaan tersebut. Hal ini bisa jadi salah satu fokus dalam upaya peningkatan *escapism experience* sehingga konsumen mampu mendapatkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dan lebih baik lagi.

5. Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengelolaan data, terlihat pada distribusi frekuensi hampir seluruh responden menyatakan setuju bahwa mereka puas berkunjung ke Transmart Kota Padang. Namun berdasarkan empat variabel bebas yang dikaji hanya tiga variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan hanya 46,7% kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh keempat variabel tersebut. Artinya masih ada 53,3% lagi variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, ini harus menjadi perhatian bagi manajemen Transmart Kota Padang bahwa untuk mendapatkan kepuasan yang maksimal terhadap konsumen maka pihak manajemen harus mengkaji variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan. Di sisi lain keterbatasan dan kelemahan yang ditemukan dalam penelitian ini dapat menjadi perbaikan bagi penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam penelitian ini hanya terdiri *education experience, entertainment experience, esthetic experience,* dan *escapism experience* sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti : kualitas layanan, harga, kualitas produk, emosi, biaya, dan faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.
2. Penelitian hanya difokuskan pada konsumen Transmart Kota Padang, sehingga hasil dan implikasinya hanya untuk Transmart Kota Padang saja.
3. Keterbatasan penelitian ini yaitu responden yang diambil hanya konsumen Transmart Kota Padang yang berdomisili di Kota Padang dan pernah berkunjung ke Transmart Kota Padang minimal satu kali.

5.4 Saran

Hasil dari penelitian ini dan keterbatasan – keterbatasan yang ditemukan agar dijadikan sumber ide dan masukan bagi pengembangan penelitian dimasa yang akan datang, maka peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat meneliti dengan variabel-variabel diluar

variabel yang telah diteliti atau menggunakan konsep *experience* selain yang dikemukakan oleh Pine dan Gilmore. Hal ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariatif yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, seperti konsep *experiential marketing* yang diperkenalkan oleh Schmitt yang terdiri dari dimensi *sense*, *feel*, *think*, *act*, dan *related.*