

BAB V

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Variabel *Sense* berpengaruh terhadap variabel *Consumer Satisfaction* pada konsumen Rumah makan Pongek OR situjuah di kota Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik rasa yang di dapatkan konsumen dengan menciptakan pengalaman melalui pendekatan panca indera seperti penglihatan (*Sight*), suara (*Sound*), sentuhan (*Touch*), rasa (*Taste*) dan bau (*Smell*) maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang di rasakan oleh pengunjung rumah makan Pongek OR Situjuah di kota Payakumbuh.
2. Variabel *Feel* berpengaruh terhadap variabel *Consumer Satisfaction* pada konsumen Rumah makan Pongek OR Situjuah di kota Payakumbuh. berdasarkan data reponden yang di olah jadi dapat di simpulkan semakin bagus perasaan atau emosioanal pengunjung terhadap rumah makan Pongek OR situjuah maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang di rasakan oleh pengunjung atau konsumen.
3. Variabel *Think* berpengaruh terhadap variabel *Consumer Satisfaction* pada konsumen Rumah makan Pongek OR situjuah di Kota Payakumbuh . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intelektualitas yang bertujuan menciptakan suatu kesadaran (*Cognitive*). Pengalaman sebagai *problem solving* yang mengikutsertakan konsumen didalamnya maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang di rasakan oleh konsumen pangek rumah makan Pongek Or Situjuah di kota Payakumbuh

4. Variabel *Act Experience* tidak berpengaruh terhadap variabel *consumer satisfaction* pada konsumen rumah makan Pongek Or situjuah di kota Payakumbuh. Berdasarkan data yang di olah dapat di simpulkan bahwa sikap dan perilaku seseorang tidak dapat memepengaruhi gaya dan pola makan seseorang.
5. Variabel *Relate* berpengaruh terhadap variabel *Consumer Saticfaction* pada konsumen rumah makan Pongek OR situjuah di kota Payakumbuh. Berdasarkan data yang di olah dapat di simpulkan bahwa semakin baik *Relate marketing* yang berisikan aspek-aspek dari keempat hal diatas (*Sense, Feel, Think* dan *Act Marketing*) yang dapat menghubungkan individu tersebut dengan sesuatu di luar status pribadinya maka akan semakin berpengaruh terhadap *Consumer Saticfaction* rumah makan Pongek OR Situjuah.
6. Variabel *Consumer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* konsumen Rumah makan Pongek OR situjuah di Kota Payakumbuh . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Consumer Satisfaction* dari konsumen rumah makan Pongek OR situjuah di kota payakumbuh , maka akan mempengaruhi *Repurchase Intention* pengunjung terhadap rumah makan pangek OR si 7 di kota Payakumbuh.
7. Variabel *Consumer satisfaction* berpengaruh terhadap *Word of Mouth Intention* konsumen Rumah makan Pongek OR situjuah di Kota Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Consumer satisfaction* dari konsumen rumah makan Pongek OR situjuah kota payakumbuh, maka akan mempengaruhi *Word of Mouth* konsumen terhadap rumah makan pangek OR si 7 di kota Payakumbuh
8. Variabel *Consumer satisfaction* berpengaruh terhadap *Willingness to Pay More* konsumen rumah makan pongek OR situjuah di Kota Payakumbuh . Hasil penelitian ini

menunjukkan bahwa semakin tinggi *Consumer satisfaction* dari konsumen rumah makan pongek OR situjuah payakumbuh , maka akan mempengaruhi *Willingness to Pay More* dari konsumen terhadap rumah makan pongek OR situjuah di kota Payakumbuh

9. Variabel *Consumer satisfaction* tidak berpengaruh terhadap *Complain Intention* konsumen Rumah makan Pongek OR situjuah di Kota Payakumbuh. Berdasarkan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Apabila pelanggan sudah merasakan puas terhadapapa yang diberikan maka tidak akan ada *Complaint* atau keluhan terhadap rumah makan pongek OR situjuah.

1.2. Implikasi Hasil Penelitian

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting bagi pemilik rumah makan Pongek OR situjuah Payakumbuh untuk terus meningkatkan pengalaman baik dan kepuasan yang dirasakan konsumen saat mengunjungi rumah makan pongek OR situjuah di Kota Payakumbuh. Karena hal ini akan berpengaruh terhadap *Sense, Feel, Think, and Related* yang akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan nantinya berpengaruh terhadap *Repurchase Intention, Word of Mouth Intention, Willingness to Pay more* dan *Complaint intention* yang dipersepsikan oleh konsumen Pongek OR situjuah kota Payakumbuh

Hasil penelitian ini dapat dikembangkan menjadi sebuah strategi yang dapat meningkatkan jumlah pendapatan penjualan Rumah makan Pongek OR si 7 kota Payakumbuh. Dengan hal demikian, peneliti berharap sektor kuliner di kota Paykumbuh mampu menjadi sektor andalan dalam usaha meningkatkan perekonomian. Yang mana nantinya akan menambah income perkapita bukan hanya pada rumah makan Pongek OR situjuah tapi juga pada pebdapatan daerah nantinya.

1.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian tentang pengaruh *Experiental Marketing* dan *Costomer Satisfaction* terhadap *behavioral intentions* pada Konsumen Rumah makan Pongek OR situjuah di Kota Payakumbuh , tidak terlepas dari keterbatasan dan kekurangan yang ada. Namun keterbatasan dan kekurangan ini dapat menjadi sumber untuk penelitian dimasa yang akan datang. Adapun keterbatasan dan kekurangan dalam penelitian ini adalah

1. Responden dalam penelitian ini hanya dalam skala kecil yaitu sebanyak 90 sampel penelitian dan hanya dilakukan dalam satu kurun waktu saja.
2. Objek dari penelitian ini hanya memfokuskan untuk rumah makan pongek OR situjuah di kota Payakumbuh. Maka hasil dari penelitian ini hanya dapat diterapkan di objek rumah makan Pongek OR situjuah di kota Payakumbuh.
3. Penelitian ini semata- mata hanya informasi bagi konsumen, sebagai daya tarik untuk mau berwisata kuliner ke Kota Payakumbuh, khususnya rumah makan Pongek Or situjuah dan untuk pemilik rumah makan sebagai tolak ukur untuk melakukan perbaikan tempat rumah makan dengan memperhatikan faktor- faktor yang mmapu mempengaruhi konsumen.
4. Untuk pemerintah daerah agar lebih menggalakkan Industri kuliner asli daerah agar menambah income pada daerah khususnya Kota Payakumbuh.

1.4. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya fokus pada variabel *Experiental Marketing*, dan *Consumer Satisfaction*. Karena itu penelitian selanjutnya dapat mengembangkan variabel penelitian untuk mengidentifikasi variabel *Behavioral Intentions*.

2. Bagi pemilik rumah makan Pongek OR Situjuh Kota Payakumbuh

Disarankan untuk pemilik Rumah Makan Pongek OR Situjuh kota payakumbuh untuk selalu memperhatikan *Experiental Marketing* yang dapat mempengaruhi *Consumer Satisfaction* karena *Consumer Satisfaction* dapat mempengaruhi *behavioral intention*, serta terus melengkapi fasilitas penunjang yang dapat menarik perhatian konsumen untuk mau berkunjung ke rumah makan Pongek OR Situjuh di Kota Payakumbuh.