

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Dari pengolahan data yang menggunakan *software* SPSS 16.0 peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa :

- a. *Experiential marketing* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Aroma Kitchen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik *experiential marketing* yang diciptakan Aroma Kitchen maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.
- b. Kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Aroma Kitchen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan maka pelanggan akan semakin loyal.
- c. *Experiential marketing* dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Aroma Kitchen. Artinya semakin baik *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan yang diberikan oleh pihak Aroma Kitchen, maka pelanggan akan semakin loyal.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Aroma Kitchen. Berdasarkan jawaban responden dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Aroma Kitchen. Oleh karena itu, diharapkan kepada praktisi untuk memperhatikan pengaplikasian *experiential marketing* secara tepat sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Pengaplikasian *experiential marketing* tersebut dapat dilakukan melalui 5 aspek yaitu *sense, feel, think, act, relate*.

Pada aspek *sense*, praktisi harus lebih meningkatkan pengalaman yang mampu merangsang panca indera konsumen terutama pada bagaimana sistem pemutaran musik di Aroma Kitchen. Apakah musik diputar dengan *genre* berbeda setiap beberapa jamnya atau bagaimana pemilihan musiknya. Selain itu, cita rasa makanan dan aroma makanan juga menjadi hal yang harus diperhatikan. Cita rasa makanan yang kurang sesuai dengan selera konsumen bisa diatasi dengan melatih koki agar rasa makanan terasa pas di lidah konsumen dan lebih mampu memperkuat cita rasa. Bisa ditambahkan juga tempat bermain anak-anak, karena tema Aroma Kitchen *Family Restaurant & Grill*, maka setiap keluarga yang datang bersama anaknya mereka bisa memberikan kebebasan anak untuk bermain.

Pada aspek *think*, Aroma Kitchen belum mampu melakukan promosi yang optimal sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Media sosial instagram bisa diandalkan oleh manajemen Aroma Kithen, karena itu tren promosi produk kuliner saat ini. Untuk kegiatan promosi melalui instagram, pihak Aroma Kithen

bisa merekrut satu karyawan yang terbiasa dan betah berlama-lama dengan android.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman selama proses penelitian, disadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki banyak keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu, keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan untuk penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

- a. Penelitian ini hanya membahas tentang variabel *experiential marketing*, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sedangkan masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan yang belum dibahas di dalam penelitian.
- b. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non probability sampling* dimana tidak semua unit di dalam populasi memiliki kesempatan untuk dipilih sebagai sampel penelitian. Hasil penelitian dengan metode ini bisa jadi kurang representatif karena subjektivitas peneliti dalam pemilihan sampel.

5.4 Saran

Adapun saran yang diberikan agar berguna untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Misalnya melalui wawancara mendalam

terhadap responden dan menambahkan pertanyaan dibagian karakteristik responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih beragam. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan yang tidak diteliti dalam penelitian ini

