

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan:

1. Dimensi *Sense* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau meningkat dimensi *sense* maka loyalitas pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh akan meningkat pula.
2. Dimensi *Feel* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan mengunjungi Tara Pool & Cafe Payakumbuh, suasana hati dan emosi jiwa pelanggan tidak menjadi lebih baik, itu berarti pengalaman yang baik tidak didapatkan oleh pelanggan melalui *feel*, sehingga tidak menciptakan loyalitas.
3. Dimensi *Think* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan atau penurunan dimensi *think* belum tentu mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan kurangnya rasa terkejut atau rasa kagum yang didapatkan dari pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh dan kurangnya informasi tentang citra Tara Pool & Cafe Payakumbuh serta tidak adanya atau kurangnya dorongan atau

pengaruh dari orang lain menyebabkan dimensi *think* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh.

4. Dimensi *Act* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau meningkat dimensi *act* maka loyalitas pelanggan pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh akan meningkat pula.

5. Dimensi *Relate* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau meningkat dimensi *Rate* maka loyalitas pelanggan pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh akan meningkat pula, yaitu dengan adanya interaksi pihak pengelola dengan pelanggan dan pelanggan merasa mendapatkan kelompok sosial baru setelah mengunjungi Tara Pool & Cafe Payakumbuh.

Atas penelitian tersebut, dimensi *Sense*, *Act* dan *Rate* harus dipertahankan dan ditingkatkan oleh pengelola Tara Pool & Cafe Payakumbuh karena memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh. Sedangkan untuk dimensi *feel* dan *Think* tidaklah menjadi faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh. Maka ditemukan beberapa implikasi yang bermanfaat bagi pengelola Tara Pool & Cafe Payakumbuh

dalam mengoptimalkan *experiential marketing*, di mana *Sense*, *Act* dan *Rate* berpengaruh untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh. implikasi bagi pihak pengelola Tara Pool & Cafe Payakumbuh agar lebih mempertahankan dan meningkatkan pengalaman dari dimensi *Sense*, *Act* dan *Rate* karena ketiga dimensi tersebut memiliki hubungan yang cukup kuat serta mempengaruhi loyalitas pelanggan.

1. Pada dimensi *sense*, *sense experience* dapat diterapkan oleh pihak pengelola dengan cara lebih memerhatikan pengalaman pelanggan yang didapatkan melalui panca indera mereka dan sebisa mungkin meningkatkan atau setidaknya mempertahankan apa yang mereka dapatkan dari panca indera mereka tersebut. Langkah yang dapat ditempuh pengelola di antaranya adalah dengan pengelolaan lokasi kafe agar terlihat indah dipandang, pemberian informasi yang jelas kepada pengunjung tentang Tara Pool & Cafe Payakumbuh, menyediakan makanan yang mengugah selera pengunjung, memberi kenyamanan kepada pengunjung akan fasilitas-fasilitas yang tersedia di Tara Pool & Cafe Payakumbuh dan yang terpenting mempertahankan agar lokasi Kafe terasa harum dan menyegarkan.
2. Pada dimensi *Act*, berdasarkan hasil pengolahan dimensi *Act* merupakan dimensi yang mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh, tapi pada bagian *life style* (gaya hidup) rata-rata responden menjawab netral mereka menganggap berkunjung ke Tara Pool & Cafe Payakumbuh merupakan bagian dari gaya hidup, dengan demikian pihak

pengelola harus menciptakan persepsi pelanggan bahwa berkunjung ke Tara Pool & Cafe Payakumbuh merupakan bagian dari gaya hidup. Sebelumnya pihak pengelola harus mampu melihat apa yang menjadi dasar pengunjung mengunjungi ke Tara Pool & Cafe Payakumbuh merupakan bagian dari gaya hidup, karena setiap orang memiliki persepsi berbeda mengenai gaya hidup, namun jika melihat mayoritas pengunjung berusia muda, gaya hidup mereka cenderung dipengaruhi oleh image positif dan pendapat positif orang lain tentang suatu objek. Jadi dengan menciptakan image yang positif disamping meningkatkan pelayanan dan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung.

3. Pada dimensi *Rate*, berdasarkan hasil pengolahan dimensi *Rate* merupakan dimensi yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap loyalitas pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh. Untuk itu pengelola harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan perhatian kepada pelanggan dengan meningkatkan interaksi secara langsung dengan membentuk komunitas sosial khusus untuk pelanggan dan menjadikan kesan bahwa pelanggan merasa diterima dan merasa memiliki Tara Pool & Cafe Payakumbuh.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam penelitian, antara lain:

1. Responden dalam penelitian ini hanya dalam skala yang tidak begitu besar, yaitu hanya 110 responden dari kalangan pelanggan di Tara Pool & Cafe Payakumbuh, maka hasil ini hanya dapat diterapkan pada Tara Pool & Cafe

Payakumbuh saja, sehingga hasilnya tidak bisa dibandingkan dengan usaha lain.

2. Penelitian ini hanya dilakukan untuk mendapatkan informasi dari pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh Saja. Jikalau bisa melakukan pengumpulan informasi secara langsung kepada pihak pengelola dan pemerintah daerah serta pihak terkait maka akan mendapatkan informasi yang lebih banyak dalam penerapan pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan Tara Pool & Cafe Payakumbuh.

5.4 Saran

1. Pada dimensi *sense* dekorasi ruangan Tara Pool & Cafe Payakumbuh seperti lokasi parkir, dan penentuan tempat-tempat duduk bagi pengunjung agar lebih dapat menikmati keindahan pemandangan Tara Pool & Cafe Payakumbuh.
2. Pengelola sedianya memberikan informasi yang jelas kepada pengunjung tentang Tara Pool & Cafe Payakumbuh dimedia internet. Memberi informasi tentang Tara Pool & Cafe Payakumbuh dimedia internet akan menambah daya tarik Tara Pool & Cafe Payakumbuh.
3. Pengelola sebaiknya menghadirkan makanan yang bisa menggugah selera pengunjung. Kalau bisa pengelola menghadirkan makanan yang menjadi ciri khas Tara Pool & Cafe Payakumbuh yang hanya akan ditemukan di Tara Pool & Cafe Payakumbuh.

4. Pengelola disarankan memberikan fasilitas yang nyaman bagi pengunjung selama pengunjung di Tara Pool & Cafe Payakumbuh, seperti tempat duduk yang didekat taman di beri atap yang lebih lebar agar tidak basah ketika hujan dan toilet yang bersih.
5. Memberikan pelayanan yang sopan dan ramah akan memberikan kenyamanan bagi pengunjung selama di Tara Pool & Cafe Payakumbuh.
6. Menyediakan *merchandise* yang mencirikan Tara Pool & Cafe Payakumbuh yang berguna untuk meningkatkan rasa bangga pengunjung.
7. Peningkatan hubungan dan interaksi antara masyarakat di sekitar lokasi Tara Pool & Cafe Payakumbuh dengan pengunjung. Hal ini bertujuan selain untuk silaturahmi juga untuk menjaga keamanan dan kenyamanan antar kedua pihak dari tindakan kejahatan dan asusila.
8. Pengelola harus menciptakan persepsi bagi pengunjung bahwa mengunjungi Tara Pool & Cafe Payakumbuh merupakan bagian dari gaya hidup mereka.
9. Membuat komunitas atau kelompok tertentu khusus bagi pelanggan, dan yang terdaftar sebagai anggota komunitas tersebut mendapatkan potongan harga di Tara Pool & Cafe Payakumbuh.

5.4.2 Bagi Penelitian yang Akan Datang

1. Sebelum dilakukan penelitian sebaiknya terlebih dahulu dilakukan wawancara dengan pengelola objek dan pemerintah agar mendapatkan informasi tentang penerapan eksperimental marketing pada objek tersebut, dengan demikian kita

semakin mudah untuk menentukan metode apa yang sesuai dengan penelitian yang akan kita lakukan.

2. Diharapkan penelitian yang akan datang mendapatkan informasi dari pihak pemerintah dan pihak terkait lainnya, maka akan mendapatkan informasi yang tidak satu arah dari pengunjung saja.
3. Penelitian selanjutnya dapat disempurnakan dengan metode pengumpulan data yang beragam seperti wawancara, observasi, dan juga kuesioner.

