

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling*, maka dapat di tarik simpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa *Experiential Marketing* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Pizza Hut Darmo Surabaya terbukti. Dapat disimpulkan bahwa *Experiential Marketing* akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada Pizza Hut Darmo Surabaya.
2. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Pizza Hut Darmo Surabaya terbukti. Dapat disimpulkan bahwa *Service Quality* akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada Pizza Hut Darmo Surabaya.
3. Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada Pizza Hut Darmo Surabaya terbukti. Dapat disimpulkan bahwa *Service Quality* akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Pizza Hut Darmo Surabaya.
4. Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Pizza Hut Darmo Surabaya terbukti. Dapat disimpulkan bahwa *Service Quality* akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada Pizza Hut Darmo Surabaya.
5. Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada Pizza Hut Darmo Surabaya tidak

terbukti. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh *Service Quality* tidak signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Pizza Hut Darmo Surabaya. Jadi berarti meskipun Pizza Hut Darmo Surabaya telah berupaya melakukan *Service Quality* dengan baik, namun hal tersebut tidak berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* secara signifikan. Hal ini dapat disebabkan karena layanan *Service Quality* di Pizza Hut hampir sama / setara dengan restaurant siap saji ternama lainnya seperti KFC, McDonalds, Hoka – Hoka Bento dan sebagainya.

5.2. Saran

Berdasarkan simpulan yang telah di kemukakan dapat diberikan beberapa rekomendasi yang berupa saran – saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dan bagi penelitian selanjutnya :

1. Saran bagi peneliti selanjutnya

Keterbatasan penelitian ini adalah responden dalam penelitian ini masih terbatas 1 gerai saja yaitu pada Pizza Hut Darmo Surabaya, tanpa melibatkan gerai lain Pizza Hut di Surabaya, sehingga kurang dapat mewakili hubungan antar variabel yang di teliti. Sebaiknya untuk peneliti selanjutnya dapat melibatkan responden di semua gerai Pizza Hut di Surabaya juga untuk peneliti selanjutnya, dapat meningkatkan jumlah responden maupun variabel – variabel lainnya.

2. Saran bagi Manajemen Pizza Hut Darmo Surabaya

- a. Hasil penelitian ini membuktikan pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Customer Satisfaction* signifikan pada Pizza Hut Darmo Surabaya. Karena itu manajemen Pizza Hut Darmo Surabaya diharapkan senantiasa berusaha meningkatkan *Experiential Marketing* agar pelanggan mendapatkan pengalaman yang mengesankan, sehingga dapat menciptakan *Customer Satisfaction*.

- b. Hasil penelitian ini membuktikan pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* signifikan pada Pizza Hut Darmo Surabaya. Karena itu manajemen Pizza Hut Darmo Surabaya diharapkan senantiasa berusaha meningkatkan *Service Quality* agar pelanggan merasa puas dan senang atas layanan yang diberikan Pizza Hut Darmo Surabaya.
- c. Hasil penelitian ini membuktikan pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* signifikan pada Pizza Hut Darmo Surabaya. Karena itu manajemen Pizza Hut Darmo Surabaya diharapkan senantiasa berusaha meningkatkan *Customer Satisfaction* agar menciptakan pelanggan yang loyal pada Pizza Hut Darmo Surabaya.
- d. Hasil penelitian ini membuktikan pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Customer Loyalty* signifikan pada Pizza Hut Darmo Surabaya. Karena itu manajemen Pizza Hut Darmo Surabaya diharapkan senantiasa berusaha meningkatkan *Experiential Marketing* agar pelanggan mendapatkan pengalaman yang unik dan menyenangkan, sehingga membuat pelanggan menjadi loyal.
- e. Hasil penelitian ini membuktikan pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* tidak signifikan pada Pizza Hut Darmo Surabaya. Meskipun, pengaruh *Service Quality* tidak signifikan terhadap *Customer Loyalty*, namun manajemen Pizza Hut Darmo Surabaya diharapkan senantiasa tetap berusaha meningkatkan *Service Quality*, supaya *Service Quality* yang diberikan oleh Pizza Hut lebih unggul (tidak sama / setara) dengan restaurant *fast food* lainnya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Dharmawansyah, I., 2013, Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu, *Skripsi*, Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Diab, B., 2009 Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan Studi Kasus Pada Gies Batik Pekalongan, *Tesis*, Semarang: Fakultas Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Durianto, D. Sugiarto. dan Sitingjak T., 2001, Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Konsumen, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fatrio, N., 2006, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Studi Kasus pada PT. Bank Bukopin Kantor Cabang Tegal, *Tesis*, Semarang: Fakultas *Magister Manajemen* Universitas Diponegoro.
- Griffin, J., 2005, *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Hair, J.E.Jr.R.E. Anderson,R.L.Tatham. dan W.C.Black., 2006, *Multivariate Data. Analysis*, New Jersey: Prentice-Hall International.
- Huda, A.N. dan Wahyuni, S., 2012, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta, *Business & Management Review*, Vol. 2, No. 2: 243-254.
- Ishak, A. dan Luthfi, Z., 2011, Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs, *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 15, No. 1: 55-66.
- Jogiyanto, HM., 2011, *Structural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian Bisnis*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

- Kotler, P. dan Keller, K.L., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Terjemahan, Jilid Pertama, Jakarta: Erlangga.
- _____, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Terjemahan, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Kustini., 2007, Penerapan Experiential Marketing, *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 7, No. 2: 44-57.
- Latan, H., 2013, *Structural Equation Modeling Konsep dan Aplikasi Menggunakan Program LISREL 8,80*, Cetakan Kedua, Bandung: Alfabeta.
- Lee, M.S. Hsiao, H.D. dan Yang, M. F., 2010, The Study of The Relationships Among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty, *The International Journal of Organizational Innovation*, Vol. 3, No. 2: 352-378.
- Lin, K.M. Chang, C.M. Lin, Z.P. Tseng, M.L. dan Lan, L.W., 2009, Application of Experiential Marketing Strategy to Identify Factors Affecting Guests' Leisure Behaviour in Taiwan Hot-Spring Hotel, *Wseas Transactions On Business And Economics*, Vol. 6, No. 5: 229-240.
- Lokita, S. A. dan Dharmayanti, D., 2013. Analisis Pengaruh Experiential Marketing Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Comedy Kopi Di Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No. 2: 1-15.
- Lupiyoadi, R., 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Edisi Ketiga, Jakarta: Salemba Empat.
- Maghnati, F. Ling, K.C. dan Nasermoadeli, A., 2012, Exploring the Relationship between Experiential Marketing and Experiential Value in the Smartphone Industry, *International Business Research*, Vol. 5, No. 11: 169-177.

Mahmud, A. Jusoff, K. dan Hadijah., 2013, The Effect of Service Quality and Price on Satisfaction and Loyalty of Customer of Commercial Flight Service Industry, *World Applied Sciences Journal*, Vol. 23, No. 3: 354-359.

BIBLIOGRAPHY \1 1057

Nursiana, A., 2011, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Intermediasi Kepuasan Nasabah dan Nilai yang Dirasakan Nasabah, *Ultima Management*, Vol. 3, No. 1: 1-15.

Osman, Z., 2013, An Empirical Study Of Direct Relationship Of Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Trust On Customer Loyalty In Malaysian Rural Tourism, *Journal of Tourism, Hospitality and Culinary Arts*, Vol. 5, No. 1: 125-150.

Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. dan L. L. Berry., 1988, Servqual a multiple item scale for measuring consumer perception of service quality, *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1: 12-37.

Rangkuti, Freddy., 1997, *Riset Pemasaran*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

BIBLIOGRAPHY \1 1057 Schmitt, B., 1999, Experiential Marketing, *Journal of Marketing Management*, Vol. 15: 53-67.

BIBLIOGRAPHY \1 1057 _____, 1999, *Experiential Marketing, How to Get Customer to Sense, Feel, Think, Act, Relate, to Your Company and Brands*, New York: The Free Press.

Silalahi, G. A., 2003, *Metodologi dan Studi Kasus*, Sidoarjo: Citramedia.

Sugiyono., 2008. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta

BIBLIOGRAPHY \1 1057 _____, 2010, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kelimabelas, Bandung: Alfabeta.

BIBLIOGRAPHY \1 1057

Syafiq, A. dan Haryono., 2010, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomspeedy dengan Metode Structural Equation Modeling, *Tesis*, Surabaya: Fakultas Magister Manajemen Institut Teknologi Sepuluh November.

Taylor, S.A. dan Baker, T.L., 1994, An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumer's purchase intentions, *Journal of Retailing*, Vol. 70 No. 2: 163-78.

BIBLIOGRAPHY \l 1057

Tjiptono, F., 2000, *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*, Edisi Pertama, Yogyakarta: J & J Learning.

BIBLIOGRAPHY \l 1057

_____, 2001, *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, Yogyakarta: Andi Offset.

_____, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Andi.

_____, 2004, *Kepuasan Pelanggan dalam Layanan*, Jakarta: Salemba Empat.

_____, 2005, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.

_____, 2011, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.

BIBLIOGRAPHY \l 1057

_____, dan Chandra, G., 2011, *Service Quality dan Satisfaction*, Edisi Ketiga, Yogyakarta: Andi.

BIBLIOGRAPHY \l 1057

_____, 2012, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi Kedua, Yogyakarta: Andi.

Yamin, S. dan Kurniawan, H., 2009. *Struktural Equation Modeling*, Edisi Kedua, Jakarta: Salemba Infotek.

<http://suarapengusaha.com/2013/02/16/ini-dia-5-restoran-cepat-saji-yang-menjamur-di-indonesia/#sthash.vL29vuft.dpuf>. Diakses 8 September 2013

<https://www.pizzahut.co.id/tentang-kami/mengenal>. Diakses 12 September 2013

<http://www.traveltextonline.com/resto/bisnis-restoran-di-surabaya-kini-kian-marak>. Diakses 6 September 2013