

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan penelitian, maka simpulan yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 dalam penelitian ini, yaitu bahwa *Experiential marketing* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, ditolak. Hal ini disebabkan pelanggan Depot Anda di Mojokerto tidak mengedepankan pengalaman sebagai acuan kepuasan konsumen.
2. Hipotesis 2 menyatakan bahwa *Service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, diterima. Hal ini disebabkan bahwa Depot Anda di Mojokerto mengutamakan kualitas pelayanan jasa yang baik sehingga membuat pelanggan merasa nyaman dan puas.
3. Hipotesis 3 menyatakan bahwa *Customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty*, diterima. Karena apabila pelanggan sudah merasakan kepuasan dari Depot Anda di Mojokerto maka pelanggan tersebut akan loyal.
4. Hipotesis 4 menyatakan bahwa *Experiential marketing* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*, ditolak. Sebab para konsumen Depot Anda di Mojokerto akan secara otomatis menjadi loyal dan setia pada produk barang dan jasa yang ditawarkan, tanpa perlu adanya pengalaman konsumen.
5. Hipotesis 5 menyatakan bahwa *Service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*, diterima. Hal ini terjadi sebab Depot Anda di Mojokerto mengutamakan konsep keramahan dan ketepatan waktu atas pemesanan pelanggan, maka hal ini akan memotivasi pelanggan untuk tetap setia pada Depot Anda di Mojokerto

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis dapat menambah variabel lain seperti *brand image* atau *customer perceived value*. Selain itu juga memperbarui subjek responden dan subjek penelitian.

### 5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah ada, saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada Depot Anda Mojokerto adalah sebagai berikut:

1. Depot Anda Mojokerto hendaknya memberikan sentuhan fisik, mental, emosional, sosial atau spiritual pada pelanggannya saat mengkonsumsi makanan dan minuman di depot tersebut, sehingga konsumen mempunyai pengalaman yang menarik sehingga dapat dikenang yang pada akhirnya dapat meningkatkan *customer satisfaction* dan *customer loyalty*.
2. Depot Anda Mojokerto agar tetap memberikan pelayanan terbaik pada pelanggan. Hal ini ditujukan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, N. Robert dan Vijay Govindarajan. 2011. *Management Control System, Sistem Pengendalian Manajemen*. Salemba Empat. Jakarta
- Berman, Barry dan Joel R. Evans. 1998. *Retail Manajemen*. Prentice Hal. New Jersey
- Berman, Barny & Joel R Evans., 1992., *Retail management - A Strategic Approach*.,Fifth edition., Macmillan Publishing Company.
- Bigne, J. E., Mattila, A. S., & Andreu, L. (2008). The Impact of Experiential Consumption Cognitions and Emotions on Behavioral Intentions. *Journal of Services Marketing*, 22 (4), 303-315
- Datta & Vasantha., 2013., *Experiential Value, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Empirical Study Of KFC In Chennai*., Vels University P V Vaithiyalingam Road, Velan Nagar, Pallavaram, Chennai 600117 Tamil Nadu, India.
- Durianto, D.,Sugiarto dan Budiman, L.J., 2004.,
- Durianto,Sugiarto dan Tony Sitinjak, 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, PT. Gramedia Pustaka
- Engel, James F, *et.al.*, 1995, *Consumen Behavior*, Alih Bahasa: Budiyanto, Jilid 1 dan 2, Bina Rupa Aksara, Jakarta
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : BP Universitas Diponegoro
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hamzah, Amir. (2007). Analisis Experiential Marketing, Emotional Branding, dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Merek Mentari. *Usahawan*, No 06, hal 22-28
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Media Utama, Yogyakarta

- Hermawan Kertajaya(2006).Hermawan Kertajaya on Marketing Mix Seri Sembilan.Bandung: PT Mizan Pustaka
- Hirschman, E. C. & Holbrook, M. B. (1982) “Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions”. *Journal of Marketing*, Vol. 46, No. 3, pp. 92-102
- Holbrook, Morris B dan Elizabeth C. Hirschman (1982) The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. *Journal of Consumer Research*, vol. 9
- Kertajaya, H. 2004. *Positioning, Diferensiasi, Dan Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kertajaya, Hermawan. 2004, *Marketing in Venus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kertajaya, Hermawan. 2006, *Hermawan Kertajaya on Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Kotler & Keller. 2006. *MARKETING INSIGHT: Experiential Marketing*, Pearson Education, Inc, New Jersey.
- Kotler, Philip . 2003. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler dan Keller, (2012).*Marketing Management Edisi 14*, Global Edition.Pearson Prentice Hall
- \_\_\_\_\_. 2012. *Marketing Management Edisi 14*, Pearson Education, Inc, New Jersey.
- Lee.et.all., 2013., Department of Innovation and Entrepreneurship Far East University,Taiwan,R.O.C
- . Li, Chuen Ye, “A Discussion of Applying Experiential Marketing to Leisure Agriculture with AHP”, *Journal of American Academy of Busienss Cambridge* , Mar 2008: 13, 1 ABI/INFORM Globalpg. 98
- Lonita, Christina dan Lia Anggraeni. (2008). Analisis Penerapan Experiential Marketing pada Breadtalk di Surabaya. Bachelor thesis, Petra Christian University, Surabaya

- Lovelock, C.H. (2005), *Manajemen Pemasaran Jasa* Kelompok Gramedia, Indeks, Indonesia
- Lovelock, C.H., dan Wright, L.K (2007), *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT. Indeks, Indonesia
- Lovelock, C. H. 2007. *Service Marketing*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Musanto, Trisno. 2004. *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya*. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 6, No. 2, September 2004: 123 – 136
- Nanang Tasunar, 2006, *Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak*, Jurnal Sains
- Pine H, B. Joseph & James H.Gilmore. 1999. *The Experience Economy Work is Theatre and Every Business a Stage*. Boston : Harvard Business School Press
- Rangkuti, Freddy. (2002). *The Power of Brands : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jilid 1. Salemba Empat, Jakarta.
- Silalahi, G. A.,2003.,*Metodologi dan Studi Kasus*,Sidoarjo: Citramedia..
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Schmitt, Bernd H. (1999). *Experiential Marketing:How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. The Free Press, New York.

- Schmitt, Bernd dan Alex Simonson. 1999. *Marketing Aesthetics*. New York: the Free Press.
- Schimtt, H Bernd & Rogers, David L. 2008. *Handbook on Brand and Experience Management*.
- Smilansky, Shaz, 2009. *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences*. Universitas Indiana: Kogan Page
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Andi. Yogyakarta
- Tse, David K. And Peter C Wilton, 1988. "Models of Customer Satisfaction Formation : An Extension". *Journal of Marketing Research* Vol. 25, May 1988; p.204-212..
- Ulbert Silalahi. 2003. *Studi Tentang Ilmu Administrasi*. Bandung: Sinar Baru Aglesindo..
- Utami, M,M,SE. 2009. ANTESEDEN *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN KONSEKUENSINYA PADA *CUSTOMER'S BRAND LOYALTY* MOTOR YAMAHA DIKOTA SEMARANG. Tesis, Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Venkat, R. (2007). Impact of Customer Experience on Satisfaction, Brand Image and Loyalty: A Study in a Business-to-Business Context. *Journal of Marketing*, 3..
- Wong. 2005, "*Experience Lost. Marketing*". Toronto, Vol. 110, lss22, p.11
- Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009. *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner Dengan Lisrel-PLS*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Zeithaml, Bitner and Gremler, 2006, *Sevice Marketing*, Fourth edition, Prentice Hall; exlucive right by Mc Graw-Hill...