

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dengan menggunakan analisis *Structural Equation Model*, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. *Experiential Marketing* terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Untuk itu, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa: “*Experiential Marketing* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Kafe Excelso di Surabaya” adalah terbukti.
2. *Service Quality* terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Untuk itu, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa: “*Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Kafe Excelso di Surabaya” adalah terbukti.
3. *Customer Satisfaction* terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Untuk itu, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa: “*Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada Kafe Excelso di Surabaya” adalah terbukti.
4. *Experiential Marketing* terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Untuk itu, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa: “*Experiential Marketing* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada Kafe Excelso di Surabaya” adalah terbukti.
5. *Service Quality* terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Untuk itu, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa: “*Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada Kafe Excelso di Surabaya” adalah terbukti.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan dapat diberikan beberapa rekomendasi yang berupa saran-saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dan bagi penelitian selanjutnya :

1. Saran bagi Manajemen Kafe Excelso di Surabaya

- a. Pada variabel *Experiential Marketing*, nilai rata-rata jawaban responden, nilai terendah adalah indikator “Kafe Excelso menginspirasi saya dalam menikmati hidup ini”. Untuk itu, saran yang diajukan bahwa manajemen Kafe Excelso harus mampu memberikan inspirasi pelanggan Kafe Excelso dalam menikmati hidup.
- b. Pada variabel *Service Quality*, nilai rata-rata jawaban responden, nilai terendah adalah indikator “Karyawan Kafe Excelso memberikan perhatian secara personal kepada saya”. Untuk itu, saran yang diajukan bahwa manajemen Kafe Excelso harus mampu memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan Kafe Excelso.
- c. Pada variabel *Customer Satisfaction*, nilai rata-rata jawaban responden, nilai terendah adalah indikator “Daftar menu dan harga di Kafe Excelso jelas”. Untuk itu, saran yang diajukan bahwa manajemen Kafe Excelso harus mampu memberikan daftar menu dan harga yang lebih jelas kepada pelanggan Kafe Excelso.
- d. Pada variabel *Customer Loyalty* nilai rata-rata jawaban responden, nilai terendah adalah indikator “Saya bersedia merekomendasikan Kafe Excelso kepada orang lain”. Untuk itu, saran yang diajukan bahwa manajemen Kafe Excelso harus mampu mendorong

pelanggan Kafe Excelso untuk bersedia merekomendasikan Kafe Excelso kepada orang lain.

2. Saran bagi penelitian selanjutnya

Keterbatasan penelitian ini adalah terdapat 23 data dari 41 indikator yang tidak terdistribusi normal dengan jumlah responden sebanyak 150, sehingga saran untuk penelitian selanjutnya sebaiknya peneliti dapat melibatkan lebih banyak responden agar dapat memperoleh data yang lebih baik.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Andreani, F., 2007, Experiential Marketing Sebuah Pendekatan Pemasaran, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.2, No.1: 1-8.
- Aryani, D. dan Rosinta, F., 2010, Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, ISSN 0854-3844 Vol.17, No. 2: 114-126.
- Ayodya, W., 2007, *Kursus Singkat Usaha Rumah Makan Laris Manis*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Chandra, I. dan Subagio, H., 2013, Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction dengan Perceived Value Sebagai Variabel Intervening Konsumen The Premiere Grand City Surabaya, *Jurnal Pemasaran Petra*, Vol.1, No. 2:1-10.
- Christian, A. dan Dharmayanti, D., 2013, Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty The Light Cup Di Surabaya Town Square, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol.1, No.2: 1-13.
- Dharma, K., 2013, Pengaruh Experiential Marketing dan Service Quality terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction Pizza Hut Darmo Surabaya, *Skripsi*, Surabaya: Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
- 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.

Ghozali, I. dan Fuad, 2005, *Structural Equation Modeling Teori dan Konsep & Aplikasi dengan program LISREL 8.54*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., Black, W.C., 1998, *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Kotler, P. dan Keller, K.L., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Terjemahan, Jilid pertama, Jakarta: Erlangga.

Kustini, 2007, Penerapan Experiential Marketing, *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 7, No. 2: 44-57.

Kusumawati, A., 2011, Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Kasus Hypermart Malang Town Square, *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, Januari - Juni 2011 ISSN 2085-0972, Vol. 3 No.1: 75-86.

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

Noegroho, O.A., Suharyono, Kumadji, S., 2013, Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6 No. 2: 1-7.

- Oeyono, J.T. dan Dharmayanti, D., 2013, Analisa Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan sebagai Intervening Variabel di Tator Cafe Surabaya Town Square, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 2: 1-9.
- Sa'adah, J., 2011, Pengaruh Service Quality Terhadap Satisfaction, Trust, dan Loyalitas dalam Membentuk Word Of Mouth Studi pada Resto di Kota Tuban, *Tesis*, Malang: Fakultas Magister Manajemen Universitas Brawijaya.
- Samiarsa, D.M. dan Aryanto, R., 2014, Pengaruh Service Quality Terhadap Brand Image dan Dampaknya Terhadap Customer Loyalty pada Ipot Suki Cabang Pantai Indah Kapuk dan Ipot Suki Cabang Danau Sunter, *Skripsi*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Binus.
- Sanusi, A., 2011, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta : Salemba Empat.
- Setyawan, Y., 2008, Kualitas Pelayanan (Service Quality) terhadap Kepuasan Konsumen R.M Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang, *Skripsi*, Malang: Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya.
- Sia, F.T. dan Subagio, H., 2013, Analisa Pengaruh Price, Service Quality, dan Corporate Image terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening Konsumen Ipo Korean Cafe dan Restaurant Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1: 1-8.
- Soeratno dan Arsyad, L., 2003, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Edisi Revisi, Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan (YKPN).

Sugianto, J. dan Sugiharto, S., 2013, Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Price terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No. 2: 1-10.

Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta.

Tjiptono, F., 2005, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta : Andi.

Umar, Husein, 2002, *Riset Pemasaran & Perilaku*, Jakarta: Gramedia.

Zena, P.A. dan Hadisumarto, A.D., 2012, The Study of Relationship among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty, *Asean Marketing Journal*, Vol.IV, No. 1: 37-46.

<http://latifahinspirasikehidupanku.blogspot.com/>, diakses tanggal 6 September 2014.

<http://excelso-coffee.com/cafe/>, diakses tanggal 6 September 2014.

<http://surabayamakanmakan.weebly.com/excelso.html>, diakses tanggal 6 September 2014.

<http://tedikuntadi.blogspot.com/2011/05/bab-iii-metode-penelitian.html> diakses tanggal 25 Januari 2015.