

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

1. Hipotesis 1 penelitian ini yang menyatakan *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan *Timezone* di Surabaya, diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa *Service Quality* dapat meningkatkan *Customer Satisfaction* pada pelanggan *Timezone* Surabaya.
2. Hipotesis 2 penelitian ini yang menyatakan *Experiential Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan *Timezone* di Surabaya, diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa *Experiential Marketing* dapat meningkatkan *Customer Satisfaction* pada pelanggan *Timezone* Surabaya.
3. Hipotesis 3 penelitian ini yang menyatakan *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan *Timezone* di Surabaya, diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa *Customer Satisfaction* dapat meningkatkan *Customer Loyalty* pada pelanggan *Timezone* Surabaya.
4. Hipotesis 4 penelitian ini yang menyatakan *Service Quality* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan *Timezone* di Surabaya, ditolak. Hal tersebut membuktikan bahwa pengaruh *Service Quality* tidak signifikan dalam meningkatkan *Customer Loyalty* pada pelanggan *Timezone* Surabaya.
5. Hipotesis 5 penelitian ini yang menyatakan *Experiential Marketing* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan *Timezone* di Surabaya, ditolak. Hal tersebut membuktikan bahwa

pengaruh *Experiential Marketing* tidak signifikan dalam meningkatkan *Customer Loyalty* pada pelanggan *Timezone* Surabaya.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

### 1. Saran Praktis

- a. Saran bagi pengelolaan *Service Quality*  
Peningkatan *service quality* dapat dilakukan melalui pelatihan tenaga kerja, serta mempercepat layanan kepada pelanggan, serta memberikan layanan kepada keluhan pelanggan.
- b. Saran bagi pengelolaan *Experiential Marketing*  
Peningkatan *experiential marketing* dapat dilakukan melalui menambah desain dan kenyamanan area wahana *Timezone*, serta menambah variasi wahana permainan yang ditawarkan kepada pelanggan.
- c. Saran bagi pengelolaan *Customer Satisfaction*  
Peningkatan *customer satisfaction* dapat dilakukan dengan cara memberikan layanan dan mengatur kondisi fisik gerai agar pelanggan merasa nyaman dan puas.
- d. Saran bagi pengelolaan *Customer Loyalty*  
Peningkatan *customer loyalty* dapat dilakukan dengan cara memberikan layanan khusus pelanggan yang melakukan transaksi secara berulang ulang dengan memberi fasilitas khusus dan harga yang lebih murah.

## **2. Saran Akademis**

Bagi para peneliti berikutnya yang akan menggunakan variabel yang sama untuk dapat mempertimbangkan variabel-variabel lainnya yang berkaitan dengan *Customer loyalty*, misalnya kewajaran harga, *brand image*, dan *word of mouth*.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ali Hasan. 2008. *Marketing*. Media Utama, Yogyakarta.
- Anber Mohammad & Shireen Alhamadani. 2011. *Service Quality Perspectives and Customer Satisfaction in Commercial Banks Working in Jordan*. *Middle Eastern Finance and Economics*, Issue 14.
- Anderson et al. 1994. *Customer Satisfaction, Productivity, and Profitability: Differences Between Goods and Services*. *School of Business Administration, The University of Michigan, Ann Arbor, Michigan* 48109-1234.
- Anderson et al (1997) dan Edvardsson, et al (2000), *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*"; Fandy Tjiptono, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Anik, Lestari., 2013., Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap *Word Of Mouth* dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Pengunjung Timezone Plaza Surabaya), *Buletin Ekonomi Vol. 11, No. 1, April 2013 hal 1-86*, DosSen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
- Anggia Putri, Yuwandha and Tri Astuti, Sri Rahayu, 2010. *Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel "X" Semarang*. ASET, 12 (2). pp. 191-195. ISSN 1693-928X
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Suatu Penelitian: Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi. Kelima. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Aryani & Rosinta. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *JURNAL ILMU ADMINISTRASI DAN ORGANISASI*.
- Boone E. Louis and David L. Kurtz (1995) 3rd edition. *Marketing Management*. New Jersey : Prentice Hall.
- Chiou. 1991. "Systemic Administration of Calcitonin through Ocular Route," *Life Sciences*, 50:349-354. 82 Cripps.

- Christopher *Lovelock* & Lauren K Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT. Indeks, Indonesia.
- 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.
- Ferdinand*, Augusty. 2002. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian. Manajemen.*
- Ghozali, I. dan Fuad, 2005, *Structural Equation Modeling Teori dan Konsep & Aplikasi dengan program LISREL 8.54*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair Jr.*, J. F. *et al.* (1998). *Multivariate Data Analysis with Readings*. Englewood Cliffs, NJ Prentice-Hall.
- Hill, Nigel, 1996, *Handbook of Customer Satisfaction Measurement*, Cambridge: Great Britain at the University Press.
- Jamal, A. and Anatassadou, K. (2007). Investigating the effects of service quality dimensions and expertise on loyalty. *European Journal of Marketing*, 43(3), 398-420. Jay, K. and Hsin
- Kertajaya. 2006. *Marketing In Venus*. Cetakan ke Enam. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ke-8. Terjemahan Damos Sihombing, MBA, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Implementasi Dan Kontrol*, Jilid I. ERLANGGA.
- Kotler, Philip., 2000, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary., 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran* , Jilid 2, Edisi Kedelapan,
- Kotler, P., dan Keller, K. L., 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keduabelas, jilid 1, Jakarta: PT.Indeks.

- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keduabelas, jilid 2, Jakarta: PT.Indeks.
- 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
- Lee, Y.K., Park, K.H., Park, D.H., Lee, K.A., Kwon, Y.J. 2005, The Relative Impact Service Quality on Service Value, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty in Korean Family Restaurant Context. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, Vol. 6 No. 1, 27-51
- Lin, Kuo Ming., Chia Ming Chang, Zen Pin Lin, Ming Lang Tseng, Lawrence W Lan (2009), Application of Experiential Marketing Strategy to Identify Factors Affecting Guests Leisure Behavior in Taiwan Hot Spring Hotel, *WSEAS Transaction on Business and Economics*, 5 (6).
- Lu Ting Pong, Dr. Tang Pui Yee, *An Integrated Model of Service Loyalty*, Department of Business Studies, The Hongkong Polytechnic University, Hung Hom, Kowloon, Hongkong, 2001
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat, and Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. SALEMBA EMPAT.
- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mangold & Babakus, 1991*. "Service Quality: the Front-stage vs. the Back-stage Perspective", *Journal of Services Marketing* , Vol. 5 Issue: 4, pp.59-70.
- Margono. 2004*. Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mudie, Peter and Angela Cottam. 1993*, The Management and Marketing of Service. Oxford: Butterworth-Heinemann Ltd., p. 223.

- 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.
- Pantouvakis, Angelos & Lympelopoulos, Konstantinos, 2008. "Customer satisfaction and loyalty in the eyes of new and repeat customers : Evidence from the transport", *Managing Service Quality*, Vol. 18, No. 6, pp. 623-643.
- Petrick, J. F., Morais, D. D., and Norman, W. C., 2001. An examination of the determinants of entertainment vacationer's intentions to revisit. *Journal of Travel Research*, 40(1), 41-48.
- Pullman, M.E. and Gross, M.A. (2004) Ability of Experience Design Elements to Elicit Emotions and Loyalty Behaviors. *Decision Sciences*, 35, 551-578.
- Putri dan Astuti. 2010. Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel "X" Semarang. Aset, Februari 2010, hal. 191-195. Vol. 12 No. 2. ISSN 1693-928X.
- 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.
- Schmitt, H. Brend. 1999. *Experiential Marketing : How to Get Customers to SENSE, FEEL, THINK, ACT, and RELATE to Your Company and Brands*. The Free Press, New York.
- Schnaars, Steven P. 1991. *Marketing Strategy : A customer Driven Approach*. 2nd ed. New York: The Free Press. Selnes.
- Setiawan, Krisna Dharma. (2014). *Pengaruh antara experiential marketing dan service quality terhadap customer satisfaction dan customer*

*loyalty Pizza Hut Darmo Surabaya*. Undergraduate thesis, Widya Mandala Catholic University Surabaya.

Setyawan, Y., 2008, Kualitas Pelayanan (Service Quality) terhadap Kepuasan Konsumen R.M Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang, *Skripsi*, Malang: Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya.

Sri Hadiati & Sarwi Ruci. 1999. Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Telkomsel Malang Area. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, Vol. 1 No.1.

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.

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. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2007. Metode Penelitian pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. ALFABETA, Banfung.

*Sugiyono. 2011. Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Alfabeta.*

Sutrasneka, Rosenda Puspita. (2015). *Pengaruh experiential marketing dan service quality terhadap customer satisfaction dan customer loyalty kafe Excelso di Surabaya*. Undergraduate thesis, Widya Mandala Catholic University Surabaya.

*Tjiptono, 2001, Strategi Pemasaran, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.*

Tjiptono, Fandy., 2004, *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy., 2005, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayu Media.

Tjiptono, Fandy., 2011. *Pemasaran jasa*. Malang: Bayumedia



- Wahyudi & Lavinia. 2016. Analisa Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi pada Restoran Jepang dengan Konsep *Shabu-Shabu* di Surabaya, Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Wendha, Rahyuda, Suasana. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia Di Denpasar. Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan, [S.l.], July 2013. ISSN 2302-8890.
- Wilkie, William L. 1994. Customer Behavior (Third Edition). New York. Jhon Wiley.
- Wijayanto, K. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank. *JURNAL EKONOMI MANAJEMEN SUMBER DAYA*, 38-45.
- Winarso. 2010. *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Susu Bayi. Menggunakan Service Quality Dan Path Analysis*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. Tahun 3, No.1, April 2010.
- Yamin dan Kurniawan, 2009, SPSS COMPLETE Teknik Analisis. Statistik Terlengkap dengan Software SPSS, Jakarta, SALEMBA INFOTEK.
- Yuan & Wu. 2008. *Relationships Among Experiential Marketing, Experiential Value, and Customer Satisfaction*.
- Zenithaml, Bitner, Gremler. 2009. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Irwin, 2009.
- Zeithaml L., Valerie A., A. Parasuraman., Leonardo L. Berry. 1988. Servqual a multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality, *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-37.
- Zeithaml, V.A.; L.L. Berry and A.Parasuraman, 1996.,*The Behavioral Consequences of Service Qsuuality,*” *Journal of Marketing*, Vol. 60. No.4, 31-46

Zena, P. A., & Hadisumarto, A. D. (2012). The Study of Relationship among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *ASEAN MARKETING JURNAL*, Vol.IV.

<http://www.timezone.co.id/>, diakses pada tanggal 7 September 2017.

<https://www.duniaku.net/tag/timezone/>, diakses pada tanggal 7 September 2017.

<http://pakuwonmall.com/tenant/detail/timezone/>, diakses pada tanggal 11 September 2017.

<http://www.redirectline.com/timezone-indonesia-promo/>, diakses pada tanggal 20 Oktober 2017.