

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Experiential marketing* (EM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* (CS) sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semakin baik *experiential marketing* yang dimiliki suatu barang/jasa maka akan semakin konsumen akan semakin puas. Dengan demikian telah dibuktikan bahwa hipotesis 1 yang menyatakan hubungan positif antara *experiential marketing* terhadap *customer satisfaction*, diterima.
2. *Service quality* (SQ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* (CS) sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semakin baik *service quality* yang dimiliki suatu barang/jasa maka akan semakin konsumen akan semakin puas. Dengan demikian telah dibuktikan bahwa hipotesis 2 yang menyatakan hubungan positif antara *service quality* terhadap *customer satisfaction*, diterima.
3. *Customer satisfaction* (CS) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* (CL) sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semakin baik *customer satisfaction* yang dimiliki suatu barang/jasa maka akan semakin konsumen akan semakin loyal. Dengan demikian telah dibuktikan bahwa hipotesis 3 yang menyatakan hubungan positif antara *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*, diterima.

4. *Experiential Marketing* (EM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* (CL) sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semakin baik *experiential marketing* yang dimiliki suatu barang/jasa maka konsumen akan semakin loyal. Dengan demikian telah dibuktikan bahwa hipotesis 4 yang menyatakan hubungan positif antara *experiential marketing* terhadap *customer loyalty*, diterima.
5. *Service quality* (SQ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* (CL) sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semakin baik *service quality* yang dimiliki suatu barang/jasa maka akan semakin konsumen akan semakin loyal. Dengan demikian telah dibuktikan bahwa hipotesis 5 yang menyatakan hubungan positif antara *service quality* terhadap *customer loyalty*, diterima.
6. *Experiential marketing* (EM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* (CL) melalui *customer satisfaction* (CS) sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semakin baik *experiential Marketing* yang dimiliki suatu barang/jasa dan konsumen semakin puas akan membuat konsumen menjadi loyal. Dengan demikian telah dibuktikan bahwa hipotesis 6 yang menyatakan hubungan positif antara *experiential marketing* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*, diterima.
7. *Service quality* (SQ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* (CL) melalui *customer satisfaction* (CS) sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semakin baik *service quality* yang dimiliki suatu barang/jasa dan semakin puas akan membuat konsumen menjadi loyal. Dengan demikian telah dibuktikan bahwa

hipotesis 7 yang menyatakan hubungan positif antara *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*, diterima.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah terdapat 3 dari 31 variabel tidak berdistribusi secara normal dengan jumlah responden sebanyak 155 data, sehingga saran untuk penelitian selanjutnya sebaiknya peneliti melibatkan lebih banyak responden agar dapat memperoleh data yang lebih baik.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat diberikan beberapa rekomendasi berupa saran-saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Manajemen Maxx Coffee di Surabaya.

1. Maxx Coffee harus mampu membuat informasi tentang menu lebih spesifik, agar memudahkan konsumen memilih menu.
2. Pertumbuhan Maxx Coffe di berbagai daerah sudah baik, namun agar bisa lebih cepat berkembang Maxx Coffee harus mampu mendorong pelanggan untuk bersedia merekomendasikan Maxx Coffee kepada orang lain agar bisa lebih berkembang dan dikenal oleh masyarakat.
3. Maxx Coffee sebaiknya memberikan informasi yang lengkap dan kemudahan akses ke sosial media dan website bagi konsumen Maxx Coffee karena selain dapat membantu promosi juga dapat membuat orang tertarik untuk berkunjung.

4. Memberikan pelatihan kepada karyawan Maxx Coffee tentang bagaimana cara menanggapi berbagai keluhan konsumen, serta melayani keinginan konsumen sehingga konsumen puas dengan pelayanan karyawan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Agyapong, G.K.Q., 2011, The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry - A Case of Vodafone Ghana, *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 5, May: pp. 203-210.
- Anderson, E.W., 1973, Customer Dissatisfaction The Effect Of Disconfirmed Expectacy On Perceived Product Performance, *Journal Marketing Research*, Vol 10, February, pp. 38-44.
- Barlian, J.K., 2016, Strategi Maxx Coffee Untuk Menggaet Konsumen, diakses pada tanggal 3 Oktober, 2017, <https://www.swa.co.id/swa/trends/marketing/strategi-maxx-coffee-untuk-menggaetkonsumen>.
- Chao, R.F., 2015, The Impact of Experimental Marketing on Customer Loyalty for Fitness Clubs: Using Brand Image and Satisfaction as the Mediating Variables, *The Journal of International Management Studies*, Vol. 10 No. 2, pp. 52-60.
- 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.
- Durianto, D., Sugiato., dan Sitingjak, T., 2001, Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Jakarta. Gramedia Pustaka Utama
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., dan Black, W.C., 2006, *Multivariate Data Analysis: Sixth Edition*. New Jersey: Pearson Education
- <http://coffeeland.co.id/peluang-bisnis-kedai-kopi/> diakses pada tanggal 3 Oktober 2017
- <http://suarakawan.com/ekspansi-ke-jawa-timur-maxx-coffee-hadirkan-7-gerai-coffee-shop/> diakses pada tanggal 3 Oktober 2017

- Indiantoro, N., Supomo, B., 1999, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta: Penerbit BPEE
- Karadeniz, M., Pektaş, G.O.E., dan Topal, Y.K., 2013. The Effects Of Experiential Marketing And Service Quality On Customer Satisfaction And Customer Loyalty At Shopping Centers. *Journal of Naval Science and Engineering*, Vol.9, No.1, pp.46-66
- Kotler, P., dan Keller, K.L., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan oleh Bob Sabran, Edisi Ke-13, Jilid 1, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ladjar, A.M., 2017, *Maxx Coffee, Gencar Buka Gerai di Daerah*, diakses tanggal 3 Oktober, 2017, <http://www.marketing.co.id/maxx-coffee-gencar-buka-gerai-di-daerah/>.
- 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, pp. 352-378.
- Lupiyoadi, R., 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Emban Patria.
- Lupiyoadi, R., dan Hamdani, A., 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Jakarta: Salemba Empat.
- Noviani, A., 2017, *Multi Prima Sejahtera Bakal Tambah 73 Outlet Maxx Coffee*, diakses tanggal 15 Oktober, 2017, <http://www.market.bisnis.com/read/20170501/192/649605/multi-prima-sejahtera-bakal-tambah-73-outlet-maxx-coffee>
- Rosanti, N., Kumadji, S., dan Yulianto, E., 2014, Pengaruh Experiential Marketing dan Experiential Value Terhadap Customer Satisfaction, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 16, No. 1, November : pp.1-7
- Saleem, H., dan Raja, N.S., 2014, The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Brand Image:

Evidence from Hotel Industry of Pakistan. *IOSR Journal of Business and Management*, Vol. 16, Issue 1. Ver. VI, Feb, pp 117122.

Sanusi, A., 2011, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta : Salemba Empat.

Santoso, S., 2013, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Labolatorium Klinik Popouler Surabaya, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 2, No.6.

Schmitt, B., 1999, *Experiential Marketing: How to Get Your Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Company and Brand*, New York: *FreePass*.

Scmitt, B., 2011, *Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights*, *Foundations and Trends in Marketing* Vol. 5, No. 2, pp.69.

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

Simanjuntak, P.T., Kennedy, P.S.J., dan Tobing F.B., 2016, Analisis Loyalitas Pelanggan: Studi Empiris Terhadap Produk IM3 Indosat Pada Mahasiswa FEUKI, *Fundamental Management Journal*, Vol.1, No.1.

Smilansky, S., 2009, *Experiential Marketing: A practical guide to interactive brand experiences*, London and Philadelphia: *Kogan Page*.

Soeratno dan Arsyad, L., 2003, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Edisi Revisi, Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan (YKPN).

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

Sukmadi., Riyadi, H., Ananta, B. D., dan Masatip, A., 2014, Service Quality Effect of Satisfaction and the Impact on Tourism Loyalty : The Tourism Survey in Integrated tourist area of Trans studio

Bandung, *IOSR Journal of Business and Management* Volume 16, Issue 11. Ver. VI Nov. 2014, pp. 01-09.

Tjoanoto, M.T., dan Kunto, Y.S., 2013, Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction di Restoran Jade Imperial, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No.1, pp.1-9.

Tjiptono, F., 2005, Pemasaran Jasa, Malang: Bayu Media Publishing.

Tracy, M., 2016., Maxx Coffee: Kedai Kopi Asli Indonesia, diakses tanggal 3 Oktober, 2017 <https://www.pegipegi.com/travel/maxx-coffee/ai-kopi-asli-indonesia/>.

Tu, T.Y., Wang, M., dan Chang, C.H., 2012, Corporate Brand Image and Customer Satisfaction on Loyalty: An Empirical Study of Starbucks Coffee in Taiwan, *Journal of Social and Development Sciences*, Vol. 3, No. 1, pp. 24-32.

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

Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*, Jakarta. Salemba Infotek.

Yuliandri, M.T., 2015, Hal-Hal Penting Sebelum Memulai Coffee Shop, diakses 3 Oktober, 2017, <http://www.majalah.ottencoffee.co.id/hal-hal-penting-sebelum-memulai-coffee->

Wu, M. Y. dan Tseng, L. H., 2015, Customer Satisfaction and Loyalty in an Online Shop: An Experiential Marketing Perspective, *International Journal of Business and Management*, Vol. 10, No. 1, pp. 104-114

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