

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Kesimpulan penelitian ini berlandaskan dari hasil pengolahan data serta pembahasan pada bab sebelumnya yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 yang menunjukkan bahwa pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Gyu-Kaku Japanese BBQ restaurant di Surabaya ditemukan positif dan signifikan sehingga dapat diterima.
2. Hipotesis 2 yang menunjukkan pengaruh *product quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Gyu-Kaku Japanese BBQ restaurant di Surabaya ditemukan positif dan signifikan sehingga dapat diterima.
3. Hipotesis 3 yang menunjukkan pengaruh *customer loyalty* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Gyu-Kaku Japanese BBQ restaurant di Surabaya ditemukan positif dan signifikan sehingga dapat diterima.
4. Hipotesis 4 yang menunjukkan pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan Gyu-Kaku Japanese BBQ restaurant di Surabaya ditemukan positif namun tidak signifikan sehingga ditolak.
5. Hipotesis 5 yang menunjukkan pengaruh *product quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan Gyu-Kaku Japanese BBQ restaurant di Surabaya ditemukan positif dan signifikan sehingga dapat diterima.

#### **5.2. Keterbatasan**

Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini terbatas hanya untuk responden yang berdomisili di Surabaya.

2. Secara teoritis *customer loyalty* tidak hanya dipengaruhi oleh *experiential marketing*, *product quality*, dan *customer satisfaction* melainkan juga dapat dipengaruhi oleh variabel lain seperti *service quality*.

### **5.3. Saran**

#### **5.3.1 Saran Akademis**

Bagi peneliti dimasa depan, diharapkan mampu melakukan penelitian secara luas dengan mempertimbangkan variabel-variabel lainnya yang mempengaruhi *customer loyalty* misalnya *perceived value*, *trust*, dan *price*.

#### **5.3.2 Saran Praktis**

1. Bagi pihak pengelolaan *restaurant* Gyu-Kaku di Surabaya agar tetap menjaga *experiential marketing* yang ditawarkan oleh *restaurant* Gyu-Kaku dengan cara menawarkan makanan yang memiliki cita rasa khas Jepang di *restaurant*.
2. Bagi pihak pengelolaan *restaurant* Gyu-Kaku di Surabaya agar tetap memberikan *experiential marketing* yang berbeda dibandingkan dengan *restaurant* bbq yang lainnya, agar kepuasan pelanggan diperoleh sehingga dapat menciptakan *customer loyalty* terhadap Gyu-Kaku.
3. Bagi pihak pengelolaan *restaurant* Gyu-Kaku di Surabaya agar tetap menjaga *product quality* yang ditawarkan oleh *restaurant* Gyu-Kaku di Surabaya dengan cara membuat penyajian produk yang menarik minat pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alkilani, K., Ling K.C., dan Abzakh, A.A. (2013), *The Impact of Experiential Marketing and Customer Satisfaction on Customer Commitment in the World of Social Networks*. *Asian Social Science*; Vol. 9, No. 1.
- Andi, Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta.
- Andi, Fandy Tjiptono , 2015. Strategi Pemasaran. Ed. Empat.
- Armstrong, Kotler 2015, “*Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition*”, England : Pearson Education, Inc.
- Chen, Rong dan Yang,Zhilin. Zeng, Fue. Hu, Zuohao. (2009). “*Determinants of online service satisfaction and their impacts onbehavioural intention*”. *Total Quality Management*. Vol. 20, No. 9, 953-969.
- Dharmawansyah, Inggil. 2013, *Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu)*. *Management Analysis Journal*, Vol. 2 No. 2.
- Fandy, Tjiptono,(2011), Pemasaran Jasa, Bayumedia, Malang.
- Gasperz, Vincent. *Lean Six Sigma For Manufacturing and Service Industries* Bogor: Penerbit Vinchristo Publication
- Ghozali, I dan Fuad. 2005. *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ishak ,Asmi dan Zhafiri. 2011. *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas (Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs)*. *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol. 15 No. 1
- Kertajaya, Hermawan. 2010. Connect! Surving
- Khakim, L. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima*. *Journal Of Management* ISSN : 2442-4064. Vol.1 No.1.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.

- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Ming, Chou You. “*Study on The Impacts of Experiential Marketing and Customer Satisfaction based on Relationship Quality*”. The International Journal of Organizational Innovation Vol. 3, No. 1. 2010
- Nam, Shim, Jeong. 2017. *The Effect of Food Quality on Behavioral Intention in Korean Restaurants*. Internasional Journal of Tourism and Hospitality Research.
- Oliver. 2014. *Whence Consumer Loyalty: Journal of Marketing (Special Issue)*, 63, 33-44  
[https://www.jstor.org/stable/1252099?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/1252099?seq=1#page_scan_tab_contents)
- Polyorat, Kawpong and Suvenus Sophonsiri. 2010. *Pengaruh Hubungan Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas*. *Journal of Global Business and Technology*, 6(64): 2.
- Selang, Christian A.D. (2013), “*Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Freshmart Bahu Manado*”. *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 3, pp. 71 – 80.
- Shaharudin, M. Rizaimy. 2011. *The Relationship Between Product Quality And Purchase Intention: The Case Of Malaysia’s National Motorcycle/Scooter Manufacturer*. *African Journal of Business Management* Vol. 5(20) pp. 8163-8176.
- Smilansky, S. 2009. *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences*. London: Kogan Page
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Susanti, Christina (2013). *The Effect of Product Quality and Service Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Traditional in East Java*. ICMAC 2013
- Tjiptono & Chandra, G. ( 2011). *Service, Quality, & Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: ANDI
- Yamin Sofyan, Kurniawan Heri. 2009. *SPSS COMPLETE: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan software SPSS*. Jakarta: Salemba Infotek

Zena, Puti., dan Hadisumarto Aswin., (2012). *The Study of Relationship among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty*. ASEAN MARKETING JOURNAL, Vol.IV-no 1.