

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan di atas dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan *service encounter* yang baik dan hubungan yang dekat dengan pelanggan dapat menciptakan pengalaman yang baik dan memberikan kepuasan sehingga berpengaruh terhadap minat beli ulang pelanggan yang harus terus ditingkatkan oleh Alex's Salon untuk terus berkembang demi kemajuan dan keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

1. *Service encounter* berpengaruh signifikan terhadap Pengalaman Pelanggan pada Alex's Salon Tumapel di Surabaya. Berarti hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima
2. *Service encounter* berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada Alex's Salon Tumapel di Surabaya. Berarti hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima
3. Pengalaman Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada Alex' Salon di Surabaya. Berarti hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima
4. *Service encounter* berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada Alex's Salon Tumapel di Surabaya melalui Pengalaman Pelanggan Berarti hipotesis keempat dalam penelitian ini diterima

5.2 Saran

Agar manajemen Alex Salon Tumapel di Surabaya dapat meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang di Alex Salon Tumapel maka manajemen harus memperhatikan *service encounter* dan Pengalaman Pelanggan Hal ini karena *service encounter* ini telah terbukti dalam penelitian dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan

konsumen Alex's Salon Tumapel yang pada akhirnya dapat meningkatkan minat beli ulang .

Peningkatan *service encounter* dapat dilakukan dengan cara lebih meningkatkan sikap para karyawan di Alex's Salon Tumapel saat berinteraksi dengan konsumen, sebab selama ini konsumen merasa bahwa sikap karyawan saat berinteraksi dengan konsumen kurang baik, dimana salah satu cara untuk memperbaiki sikap konsumen adalah dengan memberikan pelatihan kepada para karyawan dalam berinteraksi dengan para konsumen yang baik dan benar.

Peningkatan Pengalaman pelanggan dapat dilakukan dengan cara membuat desain interior di Alex's Salon Tumapel menjadi lebih baik, sebab selama ini konsumen merasa bahwa desain interior di Alex Salon kurang baik, dimana salah satu cara untuk memperbaiki desain interior dapat dilakukan dengan mengubah layout salon agar lebih menarik bagi para konsumen. Selain itu bagi para akademisi untuk melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan indikator dalam meneliti pengalaman Pelanggan misalnya tentang promosi harga yang ditawarkan oleh Alex salon dan tentang kualitas peralatan dan perlengkapan yang di gunakan Alex Salon.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S., 2003, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jilid 1, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Berry, Leonard dan Parasuraman, 1995, Listening to the Customer, The Concept of A Service Quality Information System, *Sloan Management Review*.
- Ellitan, L., 1999, Membangun Loyalitas melalui Customer Satisfaction dan Customer Oriented. *Kompak*.
- Ferdinand, A., 2002, *Structural Equation Modelling dalam Penelitian. Manajemen*, Semarang: FE UNDIP.
- Hair, J. F, Black, W. C, Babin, B.J, Anderson, R. E., & Tatham, R. L., 2006, *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hart, C., Heskett, J., dan Sasser, W. E. Jr., *The Service Management Course*. New York: Free Press.
- Hasan, A., 2013., *Marketing*. Yogyakarta: Media Perindo.
- Kusumawati, Andrey Adhy., 2013, *Pengaruh experiential marketing terhadap repurchase intention melalui experiential value pada maskapai penerbangan Garuda Indonesia di Surabaya*. Undergraduate thesis, Widya Mandala Catholic University Surabaya.
- Lovelock, Christopher. 2004, *Service Marketing and Management*. New Jersey: Prentice Hall
- Schmitt, B., 1999, *Experiential Marketing: How To Get Customers To Sense, Feel, Think, Act And Relate To Your Company And Brands*. New York: Free Press
- Smilansky, Shaz., 2009, *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences*. Universitas Indiana: Kogan Page
- Sugiyono., 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta

- Tjiptono, Fandy.,2006, *Manajemen Pelayanan Jasa*, Yogyakarta: PenerbitAndi.
- Wong, H. L., dan Tsai, M. C., 2010, The Effects of Service Encounter and Experiential Value on Consumer Purchasing Behavior, *WSEAS TRANSACTIONS on BUSINESS and ECONOMICS*. Vol 7 No. 2, pp. 59 – 68.
- Yamin, Sofyan.,dan Kurniawan, Heri.,2009, *Structural Equation Modeling denganLisrel – PLS*. Jakarta: SalembaEmpat.
- Yo, Moses., 2006. Experiential Marketing, Experiential Value, Purchase Behavior, and Loyalitas in The Telecoms Industry. *Research Dissertation for The Award of Master of Science in Marketing*. Uganda: Makerere University
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., dan Gremler, D. D., 2006, *Service Marketing*, Fourth edition, New Jersey: Prentice Hall.