

BAB 4

KESIMPULAN

4.1. Kesimpulan

Setelah menguji dan menganalisis data penelitian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Experiential Marketing* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Hal ini menunjukkan jika semakin tinggi *Experiential Marketing* yang dirasakan pelanggan *Customer Loyalty* akan meningkat. Namun, jika *Experiential Marketing* yang dirasakan semakin rendah maka *Customer Loyalty* akan menurun. Besar pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Customer Loyalty* adalah 76,2%.

4.2. Saran

4.2.1. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini menemukan bahwa *Experiential Marketing* dapat mempengaruhi *Customer Loyalty* yang ditunjukkan oleh nilai *R-square* yang tinggi (76,2%). Dengan demikian topik ini bisa digunakan kembali untuk menguji permasalahan yang sama pada perusahaan lain. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan atau mengubah indikator yang digunakan dalam penelitian sehingga hasil penelitian dapat bervariasi.

4.2.2 Saran Untuk Perusahaan

Bagi Richeese Factory Koja Trade Mall untuk dapat lebih meningkatkan *experiential marketing* dengan menghadirkan pengalaman yang unik, positif

dan mengesankan kepada konsumen melalui produknya untuk menciptakan *customer loyalty* yang baik. Khususnya pada dimensi *feel*, *act*, dan *think* dengan yang masih berada pada kategori sangat rendah dengan meningkatkan kualitas layanan, penyesuaian atmosfir restoran, pemilihan lokasi yang strategis serta pemilihan konsep iklan yang lebih unik dan menarik.

4.2.3. Saran Untuk Pelanggan

Bagi pengunjung Richeese Factory Koja Trade Mall, sebaiknya pengunjung dapat memberikan *feedback* berbentuk kritik dan saran terhadap pihak restoran, sehingga nantinya *feedback* tersebut dapat dijadikan evaluasi sehingga nantinya pihak restoran dapat meningkatkan *experiential marketing* yang dapat mereka berikan kepada pelanggan. *Feedback* ini dapat disampaikan melalui kanal-kanal yang terhubung langsung dengan pihak restoran, seperti melalui media sosial.