

BAB V

KESIMPULAN, IMPILKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *experiential marketing* dengan loyalitas pelanggan *convenience store 7-Eleven* Jalan Balai Pustaka Timur No.5 Rawamangun-Jakarta Timur dapat dibuktikan, ini ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} = 6,74 > t_{tabel} = 1,68$, artinya semakin tinggi *experiential marketing* maka akan semakin meningkat loyalitas pelanggan sehingga tujuan pelaku bisnis *convenience store* akan mencapai hasil dalam bentuk laba yang optimal dan lebih baik.

Berdasarkan hasil perhitungan bahwa bentuk hubungan *experiential marketing* (X) dan loyalitas pelanggan (Y) adalah linier signifikan dengan nilai regresi signifikan $F_{hitung} (45,46) > F_{tabel} (3,96)$ dan nilai regresi linier $F_{hitung} (0,91) < F_{tabel} (1,69)$. Loyalitas pelanggan ditentukan oleh *experiential marketing* berdasarkan koefisien determinasi sebesar 35,67 % dan sisanya sebesar 64,33 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti promosi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan di atas bahwa terdapat hubungan positif antara *experiential marketing* dengan loyalitas pelanggan pada *convenience store 7-Eleven* Jalan Balai Pustaka Timur No.5 Rawamangun-Jakarta Timur. Hal ini membuktikan bahwa besarnya

experiential marketing yang diterapkan oleh produsen atau pelaku bisnis *convenience store* akan sangat berperan penting dalam peningkatan loyalitas pelanggan itu sendiri.

Pada dasarnya setiap pelaku bisnis *convenience store* menginginkan meningkatnya loyalitas pelanggan. Hal ini dapat terlihat dari berapa besarnya pengaruh *experiential marketing* dalam produk mereka pada usaha yang mereka jalankan. Hal ini dipaparkan karena menurut hasil perolehan rata-rata skor indikator dalam *experiential marketing* didapatkan bahwa indikator pengalaman yang tidak terlupakan mendapatkan skor tertinggi sebanyak 33,90%, indikator desain toko mendapatkan skor 33,07%. Kemudian selanjutnya diikuti oleh indikator dengan skor terendah adalah keunikan mendapatkan 33,03%. Sedangkan loyalitas pelanggan didapatkan indikator merekomendasikan produk merupakan skor tertinggi sebanyak 33,52%, indikator melakukan pembelian secara teratur sebanyak 33,37%, kemudian diikuti indikator menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing yang mendapatkan skor terendah.

Implikasi dari hasil penelitian ini adalah *experiential marketing* memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan, yakni semakin tinggi *experiential marketing* yang diterapkan oleh pelaku bisnis *convenience store* maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh konsumen. Oleh sebab itu, *7-Eleven* Jalan Balai Pustaka Timur No.5 Rawamangun-Jakarta Timur harus dapat menerapkan *experiential marketing* pada produk

yang dihasilkannya dengan baik sehingga pelanggan dapat meningkatkan loyalitasnya .

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta implikasi yang telah dipaparkan di atas, maka saran-saran yang dapat diberikan peneliti dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan adalah:

1. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya memperpanjang periode pengamatan, sehingga hasil yang akan didapatkan memiliki keakuratan yang tinggi. Serta peneliti dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan
2. Pelaksanaan *experiential marketing* yang dilakukan oleh *convenience store 7-Eleven* harus semakin efektif dalam mempengaruhi pelanggan, sehingga memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggannya.
3. *Convenience store 7-Eleven* sebagai pelaku bisnis *convenience store* dalam situasi pasar yang sangat kompetitif perlu memperhatikan indikator keunikan sebuah produk dengan cara menciptakan varian menu andalan *7-Eleven*, sehingga menimbulkan rasa puas bagi pelanggannya dan membuat pelanggan semakin loyal.
4. Sebaiknya penanganan masalah penerapan *experiential marketing*, khususnya indikator keunikan dan indikator menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing pada pelaku bisnis *convenience store 7-Eleven* harus dapat ditangani dengan baik sehingga loyalitas

pelanggan dapat lebih baik dan tujuan setiap pelaku bisnis *convenience store* untuk mendapat laba yang tinggi dapat tercapai.

5. Bagi perusahaan diharapkan dapat mengembangkan metode yang dapat diterapkan pada indikator pengalaman yang tak terlupakan, sehingga produk mempunyai kesan seperti yang diharapkan oleh pelanggan dan loyalitas pelanggan dapat terus meningkat.