

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis dan pembahasan, simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* di Cafe Excelso Surabaya Town Square. Hal ini dikarenakan kafe Excelso di Surabaya Town Square mampu memberikan pengalaman positif yang sesuai dengan harapan konsumen.
2. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* di Cafe Excelso Surabaya Town Square. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi Kualitas Pelayanan yang diberikan Kafe Excelso kepada pelanggan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan kafe Excelso yang terbukti dengan adanya sikap dan penilaian positif dari pelanggan.
3. *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* di Cafe Excelso Surabaya Town Square. Hal ini dikarenakan apabila pelanggan sudah merasakan kepuasan dari Cafe Excelso di Surabaya Town Square maka pelanggan tersebut akan loyal.
4. *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di Cafe Excelso Surabaya Town Square. Hal ini dikarenakan pengalaman positif yang dirasakan oleh konsumen mampu membuat konsumen menjadi loyal terhadap Cafe Excelso di Surabaya Town Square.

5. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di Cafe Excelso Surabaya Town Square. Hal ini dikarenakan Konsumen yang senang dengan kinerja layanan karyawan akan merasa puas dan berujung pada loyalitas. Artinya *service quality* dapat meningkatkan *customer loyalty*, hanya apabila kepuasan dapat dialami langsung oleh konsumen .

5.2. Saran

5.2.2. Saran Akademis

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah ruang lingkup penelitian yang sempit, jumlah responden yang terbatas, dan variabel yang diteliti hanya *Experiential Marketing*, *Service Quality*, *Customer Satisfaction*, padahal masih banyak variabel yang dapat dikaitkan dengan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, disarankan agar pada penelitian selanjutnya ditambahkan ruang lingkup penelitian yang lebih luas dan dapat menggunakan variabel lain yang dapat dikaitkan dengan loyalitas pelanggan.

5.2.2. Saran Praktis

Untuk Kafe Excelso Surabaya Town Square, penelitian ini dapat memberikan masukan sebagai berikut:

- a. Kafe Excelso Surabaya Town Square sebaiknya terus meningkatkan *Experiential Marketing* dengan cara memberikan pengalaman yang positif kepada pelanggan agar mampu membuat pelanggan merasa puas yang akhirnya akan membuat pelanggan loyal terhadap cafe Excelso.

Serta mampu memberikan pengalaman yang berbeda dari pesaing-pesaing bisnis kafe lainnya di Surabaya.

- b. Kafe Excelso Surabaya *Town Square* sebaiknya terus meningkatkan Kualitas Pelayanannya agar pelanggan merasa puas yang akhirnya akan membuat pelanggan loyal terhadap cafe Excelso. Mengingat persaingan cafe di Kota Surabaya begitu ketat dan setiap cafe berusaha untuk memuaskan pelanggannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreani, F., 2007, "Experiential Marketing Sebuah Pendekatan Pemasaran", *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 1:1–8.
- Aryani, D dan Rosinta F, 2010, "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17, No. 2., Mei-Agustus, 114-126.
- Boulding, William, 1993, "A Dynamic Process Model Of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions", *Journal of Marketing Research*, Vol. XXX Februari, 7-27.
- Basir, Shayan, Mohammad Doostra, dan Mohsen Akbari, 2014, "Examining The Effect Of Electronic Kualitas pelayanan on Loyalty of Iran Cell Corporation Customers", *Arabian Journal of Business and Management Review*, Vol. 4, Hlm.39-45.
- Christian, A. dan D. Dhamaryanti, 2013, "Pengaruh Experiential Marketing terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty The Light Cup di Surabaya Town Square", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol.1, No. 2: 1-13.
- Durianto, D., Sugiarto dan Sitinjak, T., 2001, *Strategi Menaklukkan Pasar*, Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty, 2002, *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, Semarang: FE UNDIP.
- Ghozali, Imam dan Fuad, 2005, *Structural Equation Modelling, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*, Badan Penerbit UNDIP: Semarang.
- Gulla, Rendy, Sem George Oroh, Ferdy Roring., 2015, "Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada hotel Manado Grace inn", *Jurnal EMBA*. Vol. 3, No. 1, Maret 2015 Hal. 1313-1322.

- Gunawan, Andy, Hatane Samuel, dan Dyah Dharmayanti, 2013, “Pengaruh Strategi Harga dan Strategi Produk Terhadap Brand Loyalty di Tator Café Surabaya Town Square”, *Jurnal manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1, 1-9.
- Haryanto, A. Resty, 2013, “Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran McDonald’s Manado”, *Jurnal Emba*, Vol. 1, No. 4, Hal 1465-1473.
- Indriani, F. , 2006, “Experiential Marketing Sebagai Suatu Strategi Dalam Menciptakan Customer Satisfaction dan Repeat Buying Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran”, *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, Vol. 3., No. 1., Januari: 28-39.
- Karadeniz, Mustafa, Guzide Oncu Eroglu Pektas, dan Yasar kemal Topal, 2013, “ The Effects of Experiential Marketing and service Quality on Customer Satifaction and Customer Loyalty at Shopping Centers”, *Journal of Naval Science and Engineering*, Vol. 9, No.1, pp 46-66.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2006, *Marketing Management*, Pearson Education Inc.
- Kotler, P. dan Keller K.L., 2009, *Manajemen Pemasaran*, edisi 13, jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- 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: 352-378.
- Lokito, S. A. dan Dharmayanti D., 2013, “Analisis Pengaruh Experiential Marketing Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Comedy Kopi Di Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No. 2: 1-15.
- Oliver, R., L., 1980, “A Cognitive Model Of The Atecedents And Consequences Of Satisfaction Decisions”, *Journal Of Marketing Research*, Vol. XVII November, pp.460-469.

- Parasuraman, A. dkk, 1988, "Servqual : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64, pp 12-40.
- Putri, Yuwandha A., dan Sri Rahayu T.Astuti, 2010, "Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel X Semarang", *Aset*, 12(2): 191 199.
- Razanah, Zahrina dkk, 2013, "Penerapan Experiential Marketing Strategy dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas (Studi pada Pelanggan Bakso Cak Kar Singosari Malang)", *Jurnal Adinistrasi Bisnis*, Vol. 5 (No. 2), Hal.1-8.
- Schmitt, 1999, *Experiential Marketing, How to Get Customer to Sense, Feel, Think, Act, Relate, to Your Company and Brands*, New York : The Free Press.
- Schmitt, Bernd H. dan David L. Rogers, 2008, *Handbook on Brand and Experience Management*, United Kingdom: Edward Elgar Publishing Limited.
- Soriano, Robeiro, Domingo, 2002, "Customers Expectations Factors in Restaurant, The Situation in Spain", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol 19 No.8/9, pp.1055-1067.
- Stinjak J.R.T., dan Sugiarto, 2006, *LISREL*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono, 2007, *Metode Penelitian pedidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kunatitatif Kualitatifdan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, 2009, *Metodologi Riset Bisnis*, Cetakan 1-, Jakarta Barat: PT Indeks.
- Tjoanoto, Michael Tanu., dan Kunto Yohanes Sondang, 2013, "Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction di Restoran Jade Imperial", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No. 1, Hal. 1-9.

Wijaya A. Verona dan C. Siswanto, 2013, “Analisis Pengaruh People, Physical Evidence, dan Product Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Comedy Kopi Surabaya Town Square (Sutos)”.

Yamin, S. dan Kurniawan H., 2009, *Structural Equation Modeling*, Seri 2, Jakarta: Penerbit Salemba Infotek.

Yuan, Y. H., dan C. Wu, 2008, “Relationships among Experiential Marketing, Experiential Value and Customer Satisfaction”, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 32(3): 387-410.

Zena, P.A dan Hadisumarto D., 2012, “The Study of Relationship among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty”, *Asean Marketing Journal*, Vol. IV, No. 1., June 2012.

<http://excelso-coffee.com>. Diakses pada 13 Februari 2016.

<https://eunikeagintas.wordpress.com>. Diakses pada tanggal 13 Februari 2016.