

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pembahasan, analisis data, dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan tentang “Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan” maka dari itu dapat disimpulkan sebagai berikut :

Hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa terdapat Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Experiential Marketing Caffe semanis berdasarkan indikator sense, feel, think, Act dan relate secara keseluruhan tergolong baik. Indikator dengan skor tertinggi yaitu indikator relate, sedangkan untuk indikator terendah ialah indikator think pada dimensi menjadi tujuan tempat makan. Indikator terendah ini ini dapat dikarenakan Café Semanis kurang memiliki daya tarik dan dapat juga dikarenakan popularitas Café Semanis lebih rendah dibandingkan Café pesaing seperti Los135 Café and Resto, Warimg Outdoor Doremi, Kafe Kalian, Kafe WJS dan Wagoes Coffee. Experiential Maketing Café Semanis berada pada kategori baik.
2. Kualitas layanan Caffe Semanis berdasarkan indikator tangible, Empathy, Reliability, Responsivness dan Assurance secara keseluruhan tergolong baik. Indikator tertinggi yaitu indikator Assurance sedangkan untuk indikator terendah ialah indikator Reliability pada dimensi Menyampaikan jasa sesuai waktu yang dijanjikan. Indikator terendah ini dapat dikarenakan karena karyawan memberikan informasi waktu penyajian makanan tidak sesuai dan memakan waktu yang lebih lama. Waktu yang lama dalam penyajian makanan dapat diakibatkan bahan yang digunakan dalam mempersiapkan penyajian makanan tidak

dipersiapkan terlebih dahulu sehingga pada saat proses memasak perlu waktu untuk mempersiapkan bahan-bahan terlebih dahulu. Kualitas Layanan Caffe Semanis berada pada kategori baik

3. Loyalitas Pelanggan Caffe Semanis berdasarkan indikator belanja kembali, membeli antar lini produk dan jasa secara keseluruhan tergolong baik. Indikator tertinggi yaitu indikator referensi. Sedangkan untuk indikator terendah ialah belanja kembali. Indikator terendah ini dapat dikarenakan konsumen yang pernah berbelanja di Café Semanis kurang merasakan kepuasan yang dapat berasal dari layanan, suasana, menu yang disajikan, fasilitas atau faktor-faktor lain yang membuatnya merasa tidak memiliki keinginan untuk berbelanja kembali. Beberapa alasan pengunjung tidak ingin mengunjungi kembali Café Semanis adalah ketidakpuasannya pada Café Semanis seperti pada ulasan di Google Maps Review dimana terdapat pelanggan yang tidak menerima pesannya selama 2 jam, pelayanan karyawan yang dianggap kurang ramah dan harga yang dirasa terlalu mahal. Loyalitas pelanggan di caffe semanis berada pada kategori baik
4. Hasil dari penelitian ini mendapatkan hasil jika Experiential Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di caffe semanis secara parsial. Penelitian ini juga mendapatkan hasil apabila kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial. Lalu, secara simultan menunjukkan bahwa Experiential Marketing dan Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

5.2 5.2 Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang Experiential Marketing dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di caffe semanis, yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai experiential marketing indikator terendah think pada dimensi menjadi tujuan tempat makan. Café Semanis dapat melakukan kegiatan yang membuat kunjungan pada Café Semanis meningkat. Hal ini sebagai media untuk mengenalkan Café Semanis kepada berbagai kalangan yang dapat mendorong Café Semanis menjadi tujuan utama tempat makan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan acara-acara yang menarik komunitas-komunitas di Majalaya untuk mengadakan kegiatannya di Café Semanis dengan tawaran diskon, mengajak musisi lokal Majalaya untuk tampil di Café Semanis dan menggunakan Café Semanis sebagai media untuk seniman dapat menampilkan karyanya sehingga penggemar dari musisi atau penggemar seniman bisa mengunjungi Café Semanis untuk melihat karyanya.
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai kualitas layanan indikator reliability pada dimensi Menyampaikan jasa sesuai waktu yang dijanjikan sebagai indikator terendah. Hal yang dapat dilakukan Café Semanis adalah melakukan pelatihan pada staf-staf dapur untuk melakukan menjadi lebih terorganisir dan efisien dalam menyiapkan makanan. Selain itu, Café Semanis dapat mempersiapkan menu-menu populer dahulu agar pesanan tersebut bisa disajikan lebih cepat. Selain menu populer, perlu dianalisis menu yang memiliki waktu lama untuk disajikan dan mempersiapkannya terlebih dahulu pada bagian-bagian yang memakan waktu lama. Menu-menu ini dapat dipersiapkan terlebih dahulu dan menggunakan food

warmer atau kulkas untuk mempertahankan kesegarannya. Jika menu menggunakan daging, maka daging dapat dimasak terlebih dahulu lalu dihangatkan.

3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai loyalitas pelanggan indikator belanja kembali menjadi indikator terendah. Café Semanis dapat meningkatkan faktor-faktor yang memberikan perasaan kepuasan pada pelanggan yang utamanya terdiri dari rasa makanan, suasana yang nyaman, harga yang memiliki nilai sebanding atau lebih dengan apa yang didapatkan konsumen atau pengalaman unik yang hanya bisa didapatkan di Café Semanis. Dengan hal itu maka konsumen lebih memiliki keinginan untuk mengunjungi kembali Café Semanis karena konsumen secara keseluruhan puas terhadap aspek-aspek yang diharapkannya.