BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul Pengaruh Kepercayaan dan *Experiential Marketing* Terhadap loyalitas Pelanggan pada *Factoy Outlet* BLOSSOM Cabang Dago Bandung, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut

1. Tanggapan responden tentang Kepercayaan di *Factoy Outlet* BLOSSOM Cabang Dago Bandung berada pada kategori *trusting belief* di nilai cukup tinggi dengan memperoleh persentase skor tertinggi , sedangkan *trusting intention* memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori tidak tingggi.
2. Tanggapan responden tentang *Experiential marketing* di *Factoy Outlet* BLOSSOM Cabang Dago Bandung berada pada kategori cukup tinggi, terdiri dari 5 indikator yaitu *sense, feel, think, act* dan *relate*. Indikator *act* yang memperoleh persentase tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indikator *feel* dan *relate* memperoleh persentase terendah dengan kategori tidak tinggi.

3. Tanggapan responden tentang Loyalitas Pelanggan di *Factoy Outlet* BLOSSOM Cabang Dago Bandung berada pada kategori cukup baik, Dari 3 indikator Loyalitas pelanggan, yaitu *word of mouth, repurchase intention,* dan *complaint behavior*. Indikator *repurchase intention,* dan *complaint behavior* memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indikator *word of mouth* memperoleh persentase terendah dengan kategori kurang loyal. Secara umum ukuran untuk Loyalitas pelanggan masuk ke dalam kategori cukup loyal.
4. Secara parsial, hubungan antara kepercayaan terhadap Loyalitas pelanggan memiliki hubungan positif, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari kepercayaan terhadap Loyalitas pelanggan *Factoy Outlet* BLOSSOM Cabang Dago Bandung.
5. Secara parsial, hubungan antara *experiential marketing* terhadap Loyalitas pelanggan memiliki hubungan positif, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari *experiential marketing* terhadap Loyalitas pelanggan *Factoy Outlet* BLOSSOM Cabang Dago Bandung.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Pengaruh Kepercayaan dan *Experiential Marketing* Terhadap loyalitas Pelanggan

pada *Factoy Outlet* BLOSSOM Cabang Dago Bandung, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. Penerapan kepercayaan masih berjalan cukup baik pada *Factoy Outlet* BLOSSOM Cabang Dago Bandung. Oleh karena itu diharapkan karyawan yang ada bisa lebih membantu konsumen untuk melayani dengan lebih maksimal agar konsumen merasa puas dengan perhatian yang diberikan oleh pihak outlet.
2. *Experiential marketing* pada *Factoy Outlet* BLOSSOM Cabang Dago Bandung berjalan cukup baik. Namun adapun yang disarankan oleh peneliti yaitu dengan menjual produk – produk yang sedang *happening* di mata konsumen agar konsumen tertarik pada produk yang ada. Selain itu pilihan produk yang ada diharapkan bisa lebih bervarian dari segi model desainnya.
3. Loyalitas pelanggan yang ada *Factoy Outlet* BLOSSOM Cabang Dago Bandung berada pada kondisi cukup baik. Namun sebaiknya pihak outlet harus lebih sering mengadakan promosi dengan diskon pada produk yang ada agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk di outlet ini. Selain itu harga menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen dalam memilih outlet yang dikunjunginya, maka dari itu harga yang ditawarkan oleh pihak outlet diharapkan bisa dijangkau oleh semua kalangan,
4. Pengaruh antara kepercayaan terhadap Loyalitas pelanggan *Factoy Outlet* BLOSSOM Cabang Dago Bandung bisa dibilang baik, pada kondisi ini pihak outlet diharapkan bisa memberi kepercayaan kepada konsumen

bahwa produk yang ada lebih unggul di bandingkan *outlet* lain dan dengan memberikan pelayanan yang maksimal agar konsumen bisa terus memilih *outlet* ini untuk kegiatan belanjanya.

5. Pengaruh antara *experiential marketing* terhadap Loyalitas pelanggan *Factoy Outlet* BLOSSOM Cabang Dago Bandung bisa dibilang baik, pada kondisi ini pihak outlet diharapkan bisa memberikan kesan kepada konsumen untuk berbelanja di outlet ini agar bisa menjadi konsumen yang loyal terhadap *outlet* ini.