

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di Rumah Makan Sate Hotplet Batu-Malang dapat disimpulkan bahwa:

1. Dilihat dari hasil pengaruh signifikan secara simultan dari *experiential marketing* yang terdiri dari fisik, emosional, intelektual dan spiritual terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Sate Hotplet Batu-Malang terdapat pengaruh secara simultan, dimana nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} $3,397 > 2,37$ dimana secara bersama-sama fisik (X_1), intelektual (X_2), emosional (X_3) dan spiritual (X_4) mempunyai pengaruh yang positif dan nilai signifikan $0,012 < 0,05$ terhadap loyalitas pelanggan.
2. Dalam pengaruh yang signifikan secara parsial dari *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan yang terdiri dari:
 - a. Indikator Fisikal
Indikator fisik secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($0,410 > 0,05$).
 - b. Indikator Emosional
Indikator emosional secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($0,039 > 0,05$).
 - c. Indikator Intelektual

Indikator intelektual secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($0,024 > 0,05$).

d. Indikator Spiritual

Indikator spiritual secara berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($0,034 > 0,05$).

3. Indikator dominan dalam variabel *experiential marketing* dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Rumah Makan sate Hotplet adalah indikator intelektual dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($0,024 > 0,05$).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti perlu memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh Rumah Makan sate Hotplet sebagai penyedia jasa rumah makan demi perkembangan jasa rumah makan ini untuk beberapa dekade yang akan datang. Dan saran untuk penelitian dengan indikator yang sama. Adapun saran yang disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di Rumah makan Sate Hotplet Batu-Malang harus mempertahankan dan meningkatkan pengalaman fisik yang meliputi desain rumah makan, produk makanan dan minuman, kemasan makanan dan minuman, dan alunan musik yang mengiringi pelanggan ketika berada di Rumah Makan Sate Hotplet. Sehingga apabila semua itu terpenuhi maka loyalitas pelanggan akan terbentuk dan pendapatan akan bertambah.

2. Rumah Makan Sate Hotplet perlu melakukan sedikit pembenahan konsep atau mendiferensiasi konsep rumah makan dengan rumah makan sate lain sehingga konsumen lebih mengingat Rumah Makan Sate Hotplet.
3. Dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan pada Rumah Makan Sate Hotplet Batu-Malang maka Rumah Makan Sate Hotplet perlu meningkatkan kualitas pelayan yang meliputi karyawan, ketepatan dan kecepatan penyajian makanan dan minuman sehingga menambah kenyamanan pengunjung Rumah Makan Sate Hotplet Batu-Malang.
4. Selain itu, juga perlu mempertimbangkan harga produk yang ditawarkan dan fasilitas yang disediakan oleh Rumah Makan Sate Hotplet seperti, penyediaan musholla dan lain sebagainya agar menambah loyalitas pelanggan, dan selalu memperhatikan kebersihan lingkungan Rumah Makan Sate Hotplet. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti menyarankan bahwa dalam penelitian ini baik untuk dilakukan kembali karena masih banyak faktor-faktor dari *experiential marketing* yang belum terungkap atau masih diperlukan untuk dilakukan kembali kajian mengenai teori-teori yang ada.