

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis dapat ditarik sebagai berikut:

1. Koberbar Mie Setan Malang menerapkan strategi *experiential marketing* dengan menggunakan elemen-elemen *sense, feel, think, act* dan *relate*. Strategi ini telah terbukti menciptakan loyalitas pelanggan, karena strategi ini membentuk informasi dan pengalaman pelanggan dengan menyentu sisi emosional pelanggan. *Sense* di bentuk dengan menunjukkan rasa makan sesuai harapan konsumen, dan juga meliputi desain dan layout rumah makan yang tepat. *Feel* dibentuk dengan menciptakan perasaan pelanggan yang positif dengan memberikan pelayanan yang baik, keramahan dan sopan santun dan juga kualitas makanan yang dijaga. *Think* diciptakan melalui proses pembelian yang efektif, dan tempat yang strategis. *Act* diciptakan melalui jenis-jenis menu unik yang di tawarkan dan juga interaksi yang baik manajer maupun karyawan terhadap pelanggan. *Relate* dibentuk dengan bagaimana karyawan dan manajer mempunyai kontak langsung dengan pelanggan dan juga menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan.

2. Strategi *experiential marketing* mempunyai dampak yang positif bagi Koberbar Mie Setan Malang, melalui aspek *sense, feel, think, act* dan *relate*.
  - a. Melalui aspek *sense* yang diciptakan di Koberbar Mie Setan Malang mempunyai dampak yaitu desain yang unik dan mempunyai sistem yang berbeda dengan tempat lainnya, sehingga konsumen merasakan pengalaman baru. kenyamanan dan keramahan berdampak pada sebuah kepuasan pelanggan. Rasa makanan dan minuman yang unik membuat pelanggan ketagihan, efeknya rumah makan ini selalu penuh dikunjungi pelanggannya sehingga tempat ini membuka cabang baru di kota Malang.
  - b. Melalui aspek *feel* yang diciptakan di Koberbar Mie Setan Malang mempunyai dampak yaitu keramahan dan sopan santun serta pelayanan menjadikan pelanggan merasa puas dan loyal terhadap rumah makan. Kualitas makanan yang baik menjadikan pelanggan merasa nyaman untuk mengkonsumsi, dan timbul kepercayaan pelanggan.
  - c. Melalui aspek *think* yang diciptakan di Koberbar Mie Setan Malang mempunyai dampak yaitu proses pembelian yang berbeda dengan rumah makan lainnya menjadikan pelanggan mempunyai pengalaman yang mengejutkan, adanya kelengkapan menu berdampak pada kesenangan pelanggan yang mempunyai pilihan lain, dan lokasi yang strategis berdampak pada pengunjungan ulang yang dilakukan oleh pelanggan.
  - d. Melalui aspek *act* yang diciptakan di Koberbar Mie Setan Malang mempunyai dampak yaitu jenis-jenis makanan yang ditawarkan mengubah

gaya pelanggan untuk mengkonsumsi makanan baru. Interaksi karyawan yang baik menjadikan pelanggan merasa dihargai dan berdampak pada loyalty.

- e. Melalui aspek *relate* yang diciptakan di Koberbar Mie Setan Malang mempunyai dampak yaitu adanya kontak langsung dan hubungan baik yang diterapkan karyawan kepada pelanggan menjadikan pelanggan terikat pada rumah makan, pelanggan merasakan kesenangan sehingga tercipta loyalitas pelanggan.

## 5.2 Saran

Dengan menggunakan strategi *experiential maketing*, perusahaan mampu menciptakan pelanggan yang loyal karena *experiential maketing* merupakan strategi menciptakan pengalaman pelanggan dengan menyentuh sisi emosional pelanggan dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Beberapa saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah:

1. Upaya yang harus dilakukan oleh Koberbar Mie Setan Malang adalah meningkatkan dan mempertahankan kualitas dalam menciptakan pengalaman pelanggan, dengan peningkatan elemen-elemen dalam menciptakan pengalaman pelanggan, diharapkan pelanggan akan lebih loyal terhadap rumah makan.
2. Mengingat banyaknya pengunjung yang datang dan pengunjung selalu antri dalam memesan makanan di Koberbar Mie Setan Malang maka dalam hal ini

diharapkan Koberbar Mie Setan Malang mampu memperbanyak tempat pemesanan dan juga memperluas area rumah makan.

3. Agar Koberbar Mie Setan Malang terus berinovasi terhadap produk-produk baru yang ditawarkan kepada pelanggan dengan upaya agar pelanggan tidak bosan terhadap produk yang sudah ada.
4. Koberbar Mie Setan Malang harus lebih tanggap menampung keluhan konsumen supaya Koberbar Mie Setan mampu bertahan terhadap pesaing dan mampu mempertahankan pelanggannya.

