

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya, terkait dengan *Experiential Marketing* dan *Price Fairness* terhadap Loyalitas Customer *Patio Coffe Hub* Surabaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Experiential Marketing* berkontribusi terhadap Loyalitas Customer *Patio Coffee Hub* Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau baik *Experiential Marketing* maka semakin tinggi juga minat konsumen untuk melakukan Loyalitas Customer.
2. *Price Fairness* memberikan kontribusi terhadap Loyalitas Customer *Patio Coffee Hub* Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang sesuai dengan kualitas produk *Patio Coffee Hub* Surabaya akan menimbulkan minat konsumen untuk melakukan Loyalitas Customer.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan penulis, diantaranya adalah :

1. *Patio Coffee Hub* Surabaya diharapkan tetap mempertahankan dan meningkatkan *Experiential Marketing*, dikarenakan loyalitas customer *Patio Coffe Hub* Surabaya didorong dengan adanya *sense experience* yang baik dan dapat memberikan tindakan yang baik terhadap konsumen, seperti pelayanan yang baik, cara bicara

2. yang sopan, dan pengalaman yang baik, karena telah terbukti bahwa *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Customer.
3. *Patio Coffe Hub* Surabaya diharapkan tetap mempertahankan *Price Fairness*, dikarenakan loyalitas konsumen *Patio Coffee Hub* Surabaya didorong dengan adanya kesesuaian harga dengan kualitas produk *Patio Coffee Hub* Surabaya, karena telah terbukti bahwa *Price Fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Customer.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penelitian di *Patio coffee Hub* Surabaya menggunakan variabel berbeda. Seperti, *brand awareness*, promosi, *brand image*, dan minat beli.