

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis PLS untuk menguji Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Emotional Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan di Starbucks Jemursari, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Experiential Marketing* berkontribusi besar terhadap loyalitas pelanggan Starbucks Jemursari. Semakin baik pengalaman dan pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan maka semakin tinggi loyalitas Pelanggan. Hal ini enunjukkan bahwa *Experiential Marketing* berpengaruh baik terhadap loyalitas pelanggan.
2. *Emotional Marketing* berkontribusi besar terhadap loyalitas pelanggan Starbucks Jemursari. Hubungan emosional yang hangat dan memberikan kesan tersendiri pada pelanggan membuat *Emotional Marketing* berpengaruh jangka panjang pada Starbucks Jemursari karena memiliki keterikatan pelanggan dengan barista atau tempat itu sendiri.

5.2 Saran

Saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Starbucks Jemursari dapat membangun pengalaman yang lebih baik dengan meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan memberikan peningkatan terhadap pelayanan serta suasana toko yang diberikan.
2. Starbucks Jemursari dapat membangun hubungan emosional yang lebih baik dengan memberikan inovasi baru terhadap produk kopi atau makanan sehingga pelanggan dapat menikmati menu baru terhadap produk kopi atau makanan yang tersedia.
3. Penelitian ini untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan seperti suasana toko, ulasan produk, citra merek dan variabel lainnya sehingga dapat menyempurnakan penelitian ini.