

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh beberapa variabel terhadap loyalitas pelanggan di Hi Coffee Surabaya serta beberapa pembahasan hasil yang dikemukakan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Experiential Marketing* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Hi Coffee Surabaya. Hal ini membuktikan bahwa *Experiential Marketing* mempengaruhi perilaku loyalitas pelanggan di Hi Coffee Surabaya. Semakin tinggi tingkat *Experiential Marketing* pelanggan maka semakin tinggi pula tingkat kelayaitasan pelanggan.
2. Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Hi Coffee Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan tidak menentukan kelayaitasan pelanggan di Hi Coffee Surabaya.

5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat disimpulkan dan dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan :

Salah satu pengaruh besar terhadap perilaku loyalitas pelanggan adalah *Experiential Marketing*. Jadi, guna meningkatkan pelanggan yang loyal, maka perusahaan harus terus memanfaatkan pentingnya *Experiential Marketing* guna memberikan pengalaman yang baik dan berkesan untuk para pelanggannya agar bisa mendapatkan kelayaitasan pelanggan. Dalam mempertahankan faktor tersebut pihak perusahaan hendaknya menjaga kualitas terbaik dari produk yang ditawarkan. Selain itu pihak Hi Coffee Surabaya juga perlu lebih memperhatikan perilaku pelanggannya agar lebih meningkatkan pembelian impulsif.

Penelitian ini memiliki kekurangan dan keterbatasan yang perlu diperbaiki pada penelitian selanjutnya. Sebagai pertimbangan dalam penelitian selanjutnya, disarankan agar dapat mencari faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini yang diduga mempengaruhi hubungan terhadap loyalitas pelanggan.