

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan penelitian sebagaimana telah disajikan pada bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil identifikasi dari 105 orang sampel didominasi sebanyak 71% konsumen dengan rentang umur 17-24 tahun. 58% dari sampel merupakan kalangan pelajar/mahasiswa, 40% merupakan karyawan dan wirausaha. Sebanyak 57% responden mengetahui KFC Manyar Surabaya melalui teman/kerabat mereka.
2. Variabel *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian maka beberapa poin yang dapat dievaluasi sebagai bahan perbaikan adalah pemutaran musik pada restoran yang harus dikembangkan baik dari segi teknis maupun jenis musik yang diputar serta perluasan ragam kelas sosial pengunjung konsumen KFC.
3. Variabel *food quality* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian maka beberapa poin yang dapat dievaluasi sebagai bahan perbaikan adalah peningkatan higienitas restoran baik tempat maupun fasilitas kebersihan lainnya serta kreatifnya ide inovasi menu baru yang menarik dan sesuai dengan selera konsumen.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

- a. Perusahaan telah memberikan pengalaman makan ditempat yang cukup baik. Saran dari peneliti adalah peningkatan secara teknis peralatan pemutar music serta kepopuleran jenis music yang dimainkan. Peningkatan kreatifitas ide inovasi menu baru yang menarik dan sesuai dengan selera konsumen.
- b. Restoran KFC Manyar Surabaya telah cukup baik dalam memberikan pengalaman kepada konsumen. Sebaiknya restoran memperhatikan perawatan masing-masing fasilitas restoran seperti wastafel cuci tangan , kursi dan meja, tempat dispenser saus, tempat sampah serta toilet umum. Kemudian restoran dapat meningkatkan standart pelayanan restoran, memperbaiki komposisi jumlah meja dan kursi, serta tetap mempertahankan karakteristik produknya.

2. Bagi peneliti lain

- a. Penelitian selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, memperbanyak jumlah sampel dan cara pengambilan data untuk mendapatkan hasil yang menyeluruh.
- b. Mengingat masih adanya variabel di luar penelitian yang mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 33.5% maka peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan meneliti variabel-variabel lain yang ada di luar penelitian ini atau mengkombinasikan variabel yang terdapat dalam penelitian ini dengan variabel lain. Beberapa variabel yang dapat diteliti adalah kualitas pelayanan, penetapan harga, strategi pemasaran dan lain-lain