

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
2. *Emotional Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
3. *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan
4. *Emotional Branding* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan
5. Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan
6. *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Konsumen
7. *Emotional Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembabahan dan kesimpulan dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

Bagi Perusahaan

Dalam penelitian ini *experiential marketing* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus tetap meningkatkan kualitas produknya dan menambah beberapa rasa dan varian baru agar konsumen lama tetap loyal. Dan karyawan terus meningkatkan hubungan komunikasi yang baik agar konsumen merasa puas dan bisa kembali lagi mengunjungi Starbucks Coffee, serta memperluas iklan dan menambah promo dan diskon karna itu salah satu penambah loyalitas konsumen.

Dalam penelitian ini *emotional branding* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus selalu mengikuti perkembangan zaman agar bisa selalu memperbarui design dan packaging, serta membangun hubungan baik dengan konsumen yang ada di Starbucks Coffee.

Bagi penelitian selanjutnya Peneliti yang selanjutnya diharapkan untuk lebih variatif dalam mengembangkan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan tidak hanya sebatas *experiential marketing* dan *emotional branding*.