

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil uji hipotesis penelitian, maka dapat diambil kesimpulan pengaruh antara *experiential marketing* dan *customer relationship management* terhadap *customer loyalty* di Pit-Stop Kopi PPS, adalah sebagai berikut :

1. *Experiential marketing* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer loyalty* di Pit-Stop Kopi PPS, sehingga dapat disimpulkan H1 diterima. Hal ini menggambarkan, semakin baik *experiential marketing* yang diterapkan oleh Pit-Stop Kopi PPS, maka semakin tinggi pula *customer loyalty* Pit-Stop Kopi PPS
2. *Customer relationship management* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer loyalty*, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima. Hal ini menggambarkan, semakin baik *customer relationship management* yang diterapkan oleh Pit-Stop Kopi PPS, maka semakin tinggi pula *customer loyalty* Pit-Stop Kopi PPS

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan simpulan yang diperoleh, terdapat beberapa saran bagi pihak – pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan data statistik deskriptif *experiential marketing*, nilai indikator yang memiliki nilai yang paling tinggi adalah terkait dengan

fasilitas yang disediakan oleh Pit-Stop Kopi PPS, reputasi, rasa produk, dan atmosfer Pit-Stop Kopi PPS, sehingga menciptakan suasana yang khas. Oleh karena itu, diharapkan Pit-Stop Kopi dapat mengembangkan program *experiential marketing*. Karena sebagian besar pelanggan yang datang adalah dengan tujuan nongkrong dan berkumpul bersama teman, Pit-Stop Kopi mungkin dapat menambah fasilitas untuk pelanggan berupa alat permainan yang dapat dimainkan bersama seperti permainan kartu, catur, atau membuat even baru seperti perlombaan game online yang saat ini banyak diminati untuk menarik pelanggan dan meningkatkan reputasi kafe, serta terus berinovasi dalam memperbaiki cita rasa dan kualitas produk, terutama pada menu yang kurang diminati oleh pelanggan.

2. Pit-Stop Kopi dapat mengembangkan program customer relationship management nya agar menarik minat pelanggan untuk datang, seperti mengaplikasikan member card untuk pelanggan dengan berbagai kelebihan dalam penggunaannya. Selain itu pengaplikasian member card dapat mempermudah Pit-Stop Kopi dalam mengelola informasi secara rinci mengenai pelanggan untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan