

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Pengantar

Berdasarkan hasil analisis data, pada bab ini akan disajikan kesimpulan atas hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, dan berdasarkan hasil penarikan kesimpulan penelitian akan diajukan saran yang terkait atas permasalahan dalam penelitian. Selanjutnya, akan dikemukakan pula beberapa keterbatasan penelitian yang dialami agar kemudian dapat disempurnakan pada penelitian-penelitian selanjutnya.

#### B. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji Hipotesis 1 (H1) yang telah disajikan pada bab sebelumnya, hasilnya menunjukkan bahwa *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Warung Kopi Klotok Kaliurang Yogyakarta. Semakin tinggi nilai *experiential marketing* yang diterima pengunjung, maka semakin tinggi kepuasan pengunjung terhadap Warung Kopi Klotok Kaliurang Yogyakarta.
2. Berdasarkan hasil uji Hipotesis 2 (H2) yang telah disajikan pada bab sebelumnya, hasilnya menunjukkan bahwa dapat disimpulkan bahwa *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat

- beli ulang. Semakin tinggi nilai *experiential marketing* yang diperoleh pengunjung, maka akan berdampak semakin tinggi minat beli ulang pengunjung.
3. Berdasarkan hasil uji Hipotesis 3 (H3) yang telah disajikan pada bab sebelumnya, disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen maka berdampak semakin tinggi minat beli ulang pengunjung.
  4. Berdasarkan hasil uji Hipotesis 4 (H4) yang telah disajikan pada bab sebelumnya, hasilnya menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen mampu menjadi *mediator/intervening* antara pengaruh tidak langsung variabel *experiential marketing* dengan variabel minat beli ulang konsumen.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dalam penelitian ini meliputi:

1. Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu terbatas yakni hanya tiga bulan.
2. Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel eksogen.
3. Penelitian terkait variabel *experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang dilakukan di objek Warung Kopi Klotok Kalirurang Yogyakarta.
4. Responden penelitian ini terbatas pada pengunjung yang sedang berada di lokasi penelitian pada saat penyebaran kuesioner yang diizinkan di luar hari

libur (pada saat pendistribusian kuesioner mayoritas yang bersedia untuk mengisi kuesioner adalah pengunjung yang berpredikat sebagai mahasiswa). Jika pendistribusian kuesioner dilakukan di hari libur maka responden lebih variatif karena banyak pengunjung rumah makan ini yang berasal dari luar Yogyakarta.

#### **D. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka ada beberapa saran baik bagi objek penelitian yaitu Warung Kopi Klotok Kaliurang Yogyakarta sebagai bahan masukan dalam perumusan kebijakan terkait hubungan variabel penelitian yang diamati, maupun saran bagi penelitian selanjutnya untuk dapat menyempurnakan temuan-temuan yang telah dihasilkan dari penelitian ini.

##### **1. Saran bagi Perusahaan**

Dalam penelitian ini diketahui bahwa terdapat pengaruh dari beberapa variabel pengamatan yang mempengaruhi kepuasan dan minat beli ulang. Berdasarkan temuan penelitian diketahui bahwa variabel kepuasan pelanggan dan variabel minat beli ulang dipengaruhi oleh variabel *experiential marketing*, maka sebaiknya Warung Kopi Klotok lebih mengoptimalkan setiap indikator *experiential marketing* yang meliputi elemen *sense, feel, think, act, dan relate*.

Dan saran lainnya berdasarkan masukan yang diterima dari responden, agar Warung Kopi Klotok lebih mengoptimalkan penyediaan

fasilitas pendukung seperti: menambah lampu penerangan di area halaman tepi sawah sehingga pengunjung yang masih berada di area tersebut pada senja hari tetap mendapat terang cahaya lampu, memasang tenda pada area lesehan tepi sawah untuk melindungi pengunjung ketika gerimis turun, membuat *paving* blok pada halaman area parkir agar ketika hujan tidak membuat tanah menjadi becek yang tentu saja mengurangi kenyamanan pengunjung, memperluas area parkir, menambah menu masakan desa lainnya, menambah personal kasir agar dapat mengurangi panjangnya antrian pembayaran, menambah jumlah meja dan kursi, menambah jumlah toilet dan papan nama toilet agar dipasang di tempat yang mudah terlihat, menambah penyediaan stop kontak untuk memudahkan pengunjung menambah daya baterai telepon selularnya selama berada di warung, dan diharapkan juga menyediakan fasilitas sambungan internet gratis.

## **2. Saran bagi peneliti selanjutnya**

Hal-hal yang harus diperhatikan oleh peneliti selanjutnya berdasarkan keterbatasan penelitian ini yaitu:

- a. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan intensitas waktu yang lebih lama dari penelitian ini.

- b. Sebaiknya untuk variabel eksogen mungkin bisa ditambahkan variabel lainnya yang relevan dengan topik penelitian seperti: variabel nilai pelanggan, *word of mouth*, kepercayaan, *service quality*.
- c. Penelitian terkait variabel *experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang mungkin perlu dicoba teliti di bisnis kuliner atau rumah makan yang lain, sehingga generalisasi hasil penelitian bisa lebih luas.
- d. Sebaiknya menyasar responden dengan data responden yang lebih variatif lagi (pada hari libur banyak pengunjung dari luar daerah) untuk mendapatkan jawaban kuesioner yang lebih variatif juga.