

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa simpulan dan saran untuk menjawab permasalahan maupun keterbatasan penelitian mengenai Penerapan *Experiential Marketing* Produk Aki GS *Maintenance Free* Terhadap Loyalitas Merek Pelanggan pada PT. Capella Patria Utama, maka simpulan atas penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pengelolaan data dan pembahasan mengenai Penerapan *Experiential Marketing* Produk Aki GS *Maintenance Free* Terhadap Loyalitas Merek Pelanggan pada PT. Capella Patria Utama dapat ditarik kesimpulan :

1. Berdasarkan hasil pengujian deskriptif menunjukkan bahwa :

a. Variabel *Sense*

Dengan tampilan disain produk yang kokoh, memiliki teknologi yang unik dimana produk ini memiliki kelebihan yaitu teknologi *double covernya* yang membuat Aki GS MF Astra bebas korosi atau karat sehingga kebersihan mobil dan aki konsumen lebih terjaga.

b. Variabel *Feel*

Aki MF GS Astra memberikan kemudahan bagi pengendara dalam merawat kendaraan serta dalam beraktivitas sehari-harinya diamana aki

GS MF Astra mempertimbangkan unsur *safety* yang tinggi dan menjamin keamanan berkendara pada kondisi *ekstrem* sekalipun serta pelayanan yang diberikan dapat memberi pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen.

c. Variabel Act

Aki GS MF Astra menciptakan pengalaman konsumen dalam hubungannya dengan *lifestyle*, dan interaksi dengan orang lain yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dimana sistem pembayaran yang bisa dilakukan secara *cash* maupun *credit* akan tetapi tidak semua kalangan konsumen merasa cocok dengan produk aki GS MF Astra ini.

d. Variabel Think

Dalam hal ketangguhan Aki GS MF Astra sangat cocok untuk iklim tropis di Indonesia dimana Aki GS MF Astra mampu secara konsisten membangun citra, kualitas produk serta terus berinovasi dalam mengembangkan teknologi aki disamping itu peranan pengecer yang terus membangun komunikasi yang baik terhadap konsumen dalam membeli aki GS MF Astra.

e. Variabel Relate

Tanggapan yang cepat dari distributor mengenai keluhan yang ada pada produk aki GS MF Astra serta layanan pasca pembelian yang baik terhadap pelanggan, namun didalam membentuk hubungan yang baik bagi konsumen yang loyal terhadap produk aki GS MF Astra masih kurang dirasakan.

f. Variabel *Customer Brand Loyalty*

Komitmen aki GS Astra untuk selalu memberikan produk yang terbaik bagi konsumen sehingga menjadi pilihan bagi konsumen dimana hal ini merupakan pengalaman emosional konsumen mengenai keunggulan aki GS MF Astra sehingga dapat memberikan rekomendasi kepada calon konsumen lainnya untuk membeli produk aki yang sesuai dengan keinginan tanpa terpengaruh terhadap tawaran dari pesaing aki MF lainnya.

2. Berdasarkan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa ke lima variabel yakni *sense, feel, act, think* dan *relate* berpengaruh positif terhadap *customer brand loyalty* terlebih pada variabel *think* dan *sense* dikarenakan pada variabel tersebut merupakan variabel yang menyangkut secara langsung akan disain produk aki yang kokoh dan handal, bebas perawatan sehingga dapat menjaga kebersihan pada kendaraan khususnya pada bagian mesin yang rentang akan korosi atau berkarat dan mampu secara konsisten membangun citra, kualitas produk, terus berinovasi dalam mengembangkan teknologi aki agar dapat membangun komunikasi yang lebih baik terhadap konsumen.

B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat keterbatasan dalam melakukan penelitian yaitu:

1. Dari hasil pembahasan penelitian ini, dengan melihat rendahnya pengaruh antara variabel-variabel *experiential marketing* terhadap *customer brand loyalty* dimana hal ini merupakan kelemahan dikarenakan penelitian dilakukan pada *user* atau konsumen langsung dan juga mekanik yang membuat kurang terfokusnya penelitian ini.
2. Data penjualan hanya terdapat data per 6 bulan yakni periode Januari sampai dengan Juni tidak terdapatnya data keseluruhan penjualan selama 1 tahun di kota Palembang.
3. Ruang lingkup penelitian yang kurang luas dikarenakan penelitian hanya dilakukan pada satu wilayah saja yakni pada wilayah jalan Jendral Sudirman km 3,5 dari wilayah-wilayah penjualan lainnya yang ada di kota Palembang.

C. Saran

Penulis mencoba untuk memberikan saran-saran berdasarkan dari kesimpulan yang dikemukakan diatas yakni sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, diharapkan produsen aki GS MF Astra dapat mempertahankan kualitas baik dari segi produk (aki) yang meliputi disain produk, mempertimbangkan unsur *safety* yang tinggi, penampilan fisik, kehandalan, ukuran standar, daya

tahan, serta dari segi pelayanan yang berpengaruh terhadap loyalitas merek produk aki GS MF Astra dimana pada segi harga harus diperhatikan agar penyebaran ataupun distribusi produk aki GS MF Astra dapat merata pada semua kalangan baik itu kalangan menengah atas maupun menengah kebawah dikarenakan tidak semua konsumen merasa cocok akan produk ini jika dilihat dari sudut pandang harga yang mahal.

2. Bagi pihak perusahaan agar lebih memperhatikan didalam membentuk hubungan yang baik bagi konsumen yang loyal terhadap produk aki GS MF Astra agar dapat mempertahankan kinerjanya baik itu dari pihak perusahaan maupun pihak *retailer* sehingga pengalaman yang dirasakan oleh konsumen semakin kuat dan berdampak positif.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan cakupan yang lebih luas serta lebih terfokus untuk meneliti pengguna akhir atau mekanik, data penjualan khusus per daerah dan juga periode penjualan yang lengkap sebagai pendukung penelitian agar dapat dianalisis permasalahan dari setiap daerah dari periode ke periode selama 1 tahun, pada penelitian ini yang belum sempat diteliti, sehingga dapat diketahui faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas merek.