

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dibahas maka simpulan yang dapat dikemukakan yakni sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian ini mengenai Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Alfamart daerah Km 9 sampai Km 12 di Palembang bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dimana variabel Experiential sendiri dibagi lagi menjadi sense, feel, think, act, dan relate yang kelima variabel tersebut mempunyai hasil signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.
2. Pada hasil uji t variabel sense, feel, think, act, dan relate secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Alfamart daerah km 9 sampai km 10 di Palembang. Adapun variabel yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Alfamart daerah km 9 sampai km 12 di Palembang dapat dilihat pada regresi berganda yakni variable feel.
3. Pada koefisien determinasi dapat di lihat sebagian besar variasi variabel independen dapat menganalisis variabel dependen dan sisa nya dapat di analisis oleh variasi variable lain selain *sense, feel, think, act, dan relate*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas diperoleh bahwa variabel *experiential marketing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan *Alfamart* di Palembang. Adapun saran yang diberikan peneliti untuk penelitian selanjutnya maupun perusahaan yakni:

1. Pada penelitian selanjutnya diharapkan mampu menambah variasi variabel seperti: kualitas pelayanan, harga, dan bauran promosi.
2. Untuk perusahaan dapat dilakukan dengan meningkatkan tampilan *outlet* di mana *outlet* diharapkan tetap rapi, wangi, tersusun sehingga konsumen merasa nyaman. Selain tampilan sebaiknya *Alfamart* meningkatkan performa dari *Staff*, *Staff* diharapkan untuk mampu melayani pelanggan dengan ramah dan mampu melakukan penawaran produk kepada konsumen. *Alfamart* juga diharapkan mampu memperbanyak variasi produk dengan merek yang berbeda, terus meningkatkan citra perusahaan, melakukan promosi melalui banyak media yakni tidak hanya media brosur maupun koran melainkan media elektronik dan media sosial sehingga akan lebih banyak lagi pelanggan yang mengetahui tawaran promosi yang dilakukan *Alfamart* sehingga mampu menarik konsumen.

C. Kelemahan Penelitian

Peneliti tidak mampu mengungkapkan penyebab atau faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan *Alfamart* selain faktor *Experiential Marketing* yang terdiri dari *sense, feel, think, act, dan relate*.