

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode analisis SmartPLS terhadap data yang diperoleh dari 230 responden, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel *experiential marketing* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pengalaman yang dirasakan pelanggan dalam berinteraksi dengan produk atau layanan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Indikator seperti *sensory experience*, *emotional experience* dan *relation experience* menjadi faktor penting yang meningkatkan kesan positif pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel kualitas pelayanan (X2) juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan dalam hal keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat secara signifikan.

3. Pengaruh *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan

Brand image (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra merek yang kuat, kredibel, dan memiliki reputasi baik di mata pelanggan akan menciptakan persepsi positif dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini membuktikan

bahwa persepsi pelanggan terhadap merek sangat penting dalam membentuk loyalitas dan rasa puas.

4. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Persepsi harga (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa bahwa harga yang mereka bayarkan sebanding dengan kualitas produk atau layanan yang diterima, maka kepuasan akan meningkat. Ini menandakan pentingnya penetapan harga yang adil, transparan, dan kompetitif.

5. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan

Promosi penjualan (X5) juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Program promosi seperti diskon, hadiah, bundling, dan kupon terbukti mampu menarik perhatian pelanggan serta mendorong mereka untuk merasa lebih puas atas nilai yang diterima dari produk atau jasa tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Dodol Syukur Laren

- a. UMKM ini disarankan untuk terus meningkatkan elemen-elemen *experiential marketing* seperti menciptakan pengalaman yang berkesan secara emosional dan sensorik guna menciptakan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.
- b. Dalam aspek kualitas pelayanan, pemilik UMKM Dodol Syukur harus meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan respon yang

cepat terhadap pesanan dan keluhan agar pelayanan yang diberikan tetap sesuai dengan standar yang ditetapkan.

- c. Upaya membangun dan mempertahankan citra merek harus diprioritaskan melalui strategi komunikasi pemasaran yang baik dan pelayanan prima.
- d. Penyesuaian harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai yang ditawarkan dapat dijadikan strategi untuk menjangkau lebih banyak pelanggan serta meningkatkan kepuasan.
- e. Strategi promosi yang lebih variatif dan inovatif juga perlu dikembangkan agar pelanggan merasa mendapatkan keuntungan yang lebih saat melakukan pembelian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti menyadari adanya keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan. Banyak variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan selain variabel-variabel yang digunakan oleh peneliti. Oleh karena itu, penelitian berikutnya disarankan dapat mengidentifikasi dan mengembangkan variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini dengan baik, untuk memastikan cakupan yang lebih luas. Hal ini dapat menghasilkan penelitian yang lebih komprehensif mengenai sampel dan teknik analisis yang digunakan, yang pada akhirnya menghasilkan penelitian yang lebih mendalam.
- b. Peneliti selanjutnya disarankan dapat mengatasi keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini dengan meningkatkan ukuran sampel serta

populasi dengan karakteristik yang berbeda. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan akurasi data dalam penelitian yang akan dilakukan.

- c. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian berkelanjutan, hal ini bertujuan untuk mengamati dan mengevaluasi setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.