

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan ini bertujuan untuk mengetahui mengenai Pengaruh *Strategic Experiential Marketing* Dan *Key Experiential Providers* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Percetakan CV. Al-Kautsar Ngantru Pati. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh antara *Strategic Experiential Marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada Percetakan CV. Al-Kautsar Ngantru Pati, hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian uji parsial atau uji t yang menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,153 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,63 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) serta taraf signifikansi sebesar 0,030 ( $< 0,05$ ) bahwa ada pengaruh antara *Strategic Experiential Marketing* terhadap loyalitas pelanggan, dan hasilnya adalah positif, artinya semakin ditingkatkannya *Strategic Experiential Marketing* maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Ada pengaruh antara *Key Experiential Providers* terhadap loyalitas pelanggan pada Percetakan CV. Al-Kautsar Ngantru Pati, hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian uji parsial atau uji t yang menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,402 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,631 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) taraf signifikansi sebesar 0,020 ( $< 0,05$ ) sehingga dapat dijelaskan bahwa adanya pengaruh antara *Key Experiential Providers* terhadap loyalitas pelanggan, dan hasilnya adalah positif, artinya semakin ditingkatkannya *Key Experiential Providers* maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. Adanya pengaruh antara *Strategic Experiential Marketing* dan *Key Experiential Providers* terhadap loyalitas pelanggan pada Percetakan CV. Al-Kautsar Ngantru Pati, dan hasilnya positif. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian uji simultan atau uji F menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 17,008 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,481 ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ) taraf signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ). Besarnya pengaruh tersebut ditunjukkan oleh

besarnya koefisien determinasi yang dinotasikan dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,581 atau 58,1%, artinya ada pengaruh *Strategic Experiential Marketing* dan *Key Experiential Providers* secara bersamaan terhadap loyalitas pelanggan pada Percetakan CV. Al-Kautsar Ngantru Pati, dan hasilnya positif, sedangkan sisanya 41,9% lainnya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

## B. Keterbatasan Penelitian

Dari hasil penelitian penulis memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dapat menimbulkan gangguan terhadap hasil penelitian. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Kurangnya variabel penelitian yang dimasukkan dalam model sehingga memiliki kontribusi penelitian yang kurang luas.
2. Hasil penelitian yang biasa karena adanya kemungkinan responden tidak menjawab skala dengan benar.
3. Adanya keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga sehingga membuat penelitian ini kurang maksimal.

## C. Saran

Peneliti memberikan saran untuk penelitian mendatang, antara lain:

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan *Experiential marketing* adalah cara untuk menciptakan pengalaman yang akan dirasakan oleh pelanggan ketika menggunakan produk atau jasa sebagai hasil dari interaksi dengan orang lain (*act*), juga menciptakan pengalaman yang terhubung dengan keadaan sosial, gaya hidup, dan budaya yang dapat merefleksikan merek tersebut yang merupakan pengembangan dari *sense, feel, think, dan act (relate)*.
2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan

variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

3. Menyebarkan kuesioner kepada responden hendaknya dilakukan langsung di tempat yang menjadi objek penelitian agar konsumen yang bersangkutan dapat memberikan penilaian yang lebih objektif.

#### **D. Penutup**

Alhamdulillahirobbil ‘alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah ke zaman Islamiyah.

Penulis sadar, masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, meskipun sudah penulis usahakan semaksimal mungkin untuk lebih sempurna, hal ini disebabkan keterbatasan dan masih minimnya pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan guna kesempurnaan yang nantinya akan lebih membawa manfaat di masa mendatang.

Akhirnya sebagai penutup penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan serta penulis berdo’a semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan bagi semua pihak yang membutuhkannya. Amin ya Rabbal ‘alamin.....