

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan data hasil analisa penelitian “Pengaruh *Customer Relationship Marketing* Dan *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PO. Haryanto Kudus” yang telah dilakukan dan tertuang dalam Bab III dan Bab IV. Dan selanjutnya akan disimpulkan sebagai berikut:

1. *customer relationship marketing* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PO. Haryanto Kudus dibuktikan dengan nilai koefisien kebijakan harga  $t_{hitung}$  sebesar  $2.057 > t_{tabel} = 1.985$ . Selain itu juga telah ditunjukkan dari hasil uji regresi linier yang mendukung hipotesis 1 (H1). Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memberikan bukti bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *customer relationship marketing* terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Otobus (PO) Haryanto Kudus. *Customer relationship marketing* diperlukan untuk menarik, memelihara dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan agar dapat dijadikan ujung tombak dalam mempertahankan bisnis transportasi serta memenangi persaingan yang semakin ketat.
2. *experiential marketing* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PO. Haryanto Kudus dibuktikan dengan nilai koefisien  $t_{hitung}$  sebesar  $2.104 > t_{tabel} = 1.985$ . Selain itu juga telah ditunjukkan dari hasil uji regresi linier yang mendukung hipotesis 2 (H2). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *experiential marketing* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Experiential marketing* merupakan konsep pemasaran yang melibatkan emosi dan perasaan konsumen dengan menciptakan pengalaman positif yang tidak terlupakan, sejalan dengan bisnis transportasi yang bersifat padat modal dalam rangka menunjang pemberian pelayanan yang prima, pengalaman konsumen ketika membeli produk dan layanan akan lebih kompetitif dalam melihat persaingan yang semakin ketat.

## B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang menimbulkan gangguan terhadap hasil penelitian, dan kekurangan terhadap hasil penelitian ini. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Keterbatasan referensi tentang penelitian ataupun riset sebelumnya, sehingga mengakibatkan penelitian ini memiliki banyak kelemahan, baik dari segi hasil penelitian maupun pada analisisnya.
2. Keterbatasan mengenai pemilihan variabel yang diteliti seperti yang disebutkan dalam penelitian ini, sehingga hasil penelitian ini hanya berfokus pada variabel-variabel tersebut.

## C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pengelola ataupun karyawan Perusahaan Otobus (PO) Haryanto Kabupaten Kudus agar lebih ditingkatkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat dilakukan penelitian dengan variabel bebas lain, sehingga variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian dapat teridentifikasi lebih banyak lagi.

## D. Penutup

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan Rahmat, Taufiq serta Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Ungkapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Tidak lupa penulis mohon maaf, apabila dalam penyusunan kalimat maupun bahasanya masih dijumpai banyak kekeliruan. Oleh karena itu, kritik maupun saran yang konstruktif sangat penulis harapkan demi untuk perbaikan didalam penelitian yang akan datang.

Akhir kata, terbayang harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan khususnya bagi penulis sendiri di masa-masa yang akan datang. Amin ya Robbal 'alamin.