

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan di JR Mart Minimarket Jakenan. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian statistik variabel *sense* terhadap kepuasan pelanggan di JR Mart Minimarket Jakenan menunjukkan nilai t_{hitung} 4,491 dengan nilai t_{tabel} 1,987 dan berdasarkan nilai signifikan sig lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,491 > 1,987$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh yang signifikan), yang artinya *sense* merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di JR Mart Minimarket Jakenan.
2. Hasil pengujian statistik variabel *feel* terhadap kepuasan pelanggan di JR Mart Minimarket Jakenan menunjukkan nilai t_{hitung} 2,960 dengan nilai t_{tabel} 1,986 dan berdasarkan nilai signifikan sig lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,004. Ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,960 > 1,987$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh yang signifikan), yang artinya *feel* merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di JR Mart Minimarket Jakenan.
3. Hasil pengujian statistik variabel *think* terhadap kepuasan pelanggan di JR Mart Minimarket Jakenan menunjukkan nilai t_{hitung} 3,241 dengan nilai t_{tabel} 1,987 dan berdasarkan nilai signifikan sig lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,002. Ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,241 > 1,987$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh yang signifikan), yang artinya *think* merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di JR Mart Minimarket Jakenan.

4. Hasil pengujian statistik variabel *act* terhadap kepuasan pelanggan di JR Mart Minimarket Jakenan menunjukkan nilai t_{hitung} 2,873 dengan nilai t_{tabel} 1,987 dan berdasarkan nilai signifikan sig lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,005. Ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,873 > 1,987$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh yang signifikan), yang artinya *act* merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di JR Mart Minimarket Jakenan.
5. Hasil pengujian statistik variabel *relate* terhadap kepuasan pelanggan di JR Mart Minimarket Jakenan menunjukkan nilai t_{hitung} 4,380 dengan nilai t_{tabel} 1,987 dan berdasarkan nilai signifikan sig lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,380 > 1,987$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh yang signifikan), yang artinya *relate* merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di JR Mart Minimarket Jakenan.
6. Hasil dari uji statistik F (uji parameter signifikansi simultan) dapat diketahui bahwa *sense, feel, think, act* dan *relate* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji anova atau *F test*, didapat F_{hitung} sebesar 41,235 dengan F_{tabel} sebesar 2,31. Ini berarti nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($41,235 > 2,31$) dengan tingkat probabilitas (signifikansi) 0,000. Karena probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan atau dapat dikatakan bahwa *sense, feel, think, act* dan *relate* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di JR Mart Minimarket Jakenan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka ada beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan diantaranya yaitu;

1. JR Mart Minimarket Jakenan perlu melakukan peningkatan *experiential marketing* agar menjadi lebih baik, misalnya dengan:
 - a. Meningkatkan pengalaman pelanggan melalui karyawan yang ramah dan sopan sehingga pelanggan dapat datang kembali ke JR Mart Minimarket Jakenan.
 - b. Menyediakan produk-produk yang berkualitas dan memiliki banyak variasi.
 - c. Meningkatkan kualitas karyawan agar tetap menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dan lebih memberikan kesan yang baik kepada pelanggan.
2. Untuk selanjutnya peneliti lain yang akan meneliti mengenai *experiential marketing*, disarankan melakukan perbandingan dengan perusahaan lain yang tidak melakukan *experiential marketing*, agar dapat diketahui berapa persentase perbandingan perbedaannya.

