

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris akan adanya pengaruh sense (panca indra), feel (perasaan), think (cara berpikir), act (perilaku), dan relate (pertalian) didalam konsep Experiential Marketing terhadap loyalitas pelanggan Aneka Jaya Demak. Berdasarkan data yang diperoleh dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda secara parsial menunjukkan bahwa variabel *sense* (X1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).
2. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda secara parsial menunjukkan bahwa variabel *feel* (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).
3. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda secara parsial menunjukkan bahwa variabel *think* (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).
4. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda secara parsial menunjukkan bahwa variabel *act* (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).
5. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda secara parsial menunjukkan bahwa variabel *relate* (X5) berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan (Y).
6. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda secara simulatan atau uji F menunjukkan bahwa variabel *sense* (X1), *feel* (X2), *Think* (X3), *Act* (X4), dan *relate* (X5)

berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Berdasarkan hasil uji determinasi Adjusted R Square dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen hanya mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 26,6 %, sedangkan 74,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, berikut ini akan diuraikan beberapa saran yang dianggap relevan terhadap penelitian :

1. Pihak manajemen Aneka Jaya Demak supaya meningkatkan variabel Sense, Feel, dan Think sehingga loyalitas pelanggan Aneka Jaya Demak secara otomatis pula akan meningkat.
2. Pihak manajemen Aneka Jaya Demak supaya memperbaiki variabel Act dan relate sehingga nantinya loyalitas pelanggan Aneka Jaya Demak akan semakin meningkat.
3. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lainnya yang diduga terkait dengan variabel loyalitas pelanggan.

C. Penutup

Puji syukur *Alhamdulillah* peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya. Sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam juga peneliti haturkan kepangkuan nabi agung Muhammad SAW, yang telah menuntun ummatnya menuju kejayaan.

Skripsi dengan judul Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Konsumen Swalayan Aneka Jaya Demak Tahun 2018) semoga dapat memberikan sumbangsih dan dasar

pertimbangan bagi perusahaan untuk menentukan strategi marketing di Swalayan Aneka Jaya Demak. Sehingga nantinya loyalitas pelanggan di Swalayan Aneka Jaya Demak semakin meningkat dan akhirnya Swalayan Aneka Jaya Demak mampu menjadi tempat belanja pilihan masyarakat Demak.

