

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari penelitian dan analisis yang telah dilakukan maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari *experiential marketing* terhadap loyalitas konsumen. Semakin tinggi *experiential marketing* konsumen maka akan mampu meningkatkan kesetiannya pada produk KFC karena *experiential marketing* merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan loyalitas konsumen.
2. *Experiential marketing* memiliki pengaruh yang positif/signifikan sebesar 43,1% terhadap loyalitas konsumen pada KFC Cabang Gorontalo, sedangkan lainnya dipengaruhi oleh dari faktor-faktor lain diluar variabel yg diteliti yaitu faktor lokasi dan pelayanan.

5.2. Saran

Saran yang peneliti dapat berikan terkait dengan penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Bagi KFC Cabang Gorontalo dalam upaya meningkatkan *experiential marketing* dimasa yang akan datang perlu memperhatikan indikator *experiential marketing* yang belum

terlaksana secara optimal, guna untuk lebih meningkatkan loyalitas konsumen pada KFC Cabang Gorontalo.

2. Berdasarkan hasil observasi terhadap kelancaran interaksi dengan karyawan. Karyawan yang sangat sibuk pada jam makan, jangan sampai melupakan untuk bersosialisasi dengan pelanggan.
3. Peneliti selanjutnya, jika ingin meneliti tentang *experiential marketing* di harapkan dapat menambahkan variabel lain sebagai pembanding seberapa besar pengaruh masing masing variabel terhadap loyalitas konsumen, dengan memperhatikan kelemahan-kelemahan yang penulis temukan, sehingga akan memudahkan peneliti berikutnya dalam melakukan penelitian yang sama pada tempat yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Badu Syamsu Qamar, 2003, *Metode Penelitian Kuantitatif (Pendekatan Aplikatif)*, Nurul Jannah, Gorontalo
- Ghazali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. BP Undip. Semarang.
- Gitosudarmo, Indriyo, 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan keenam, Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Hamdani A. Lopiyoadi Rambat, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, cetakan pertama, edisi kedua, Penerbit : Salemba Empat, Jakarta
- Hasan, Ali, 2008, *Marketing*, cetakan pertama, Penerbit : Medpress, Yogyakarta.
- Hurriyati, Ratih, 2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, cetakan pertama, Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Irawan, Handi, 2004, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, cetakan kelima, Elex Media Komputindo, Jakarta
- Istijanto, 2005, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2008, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi 9, Jilid 2, New Jersey : Prentice-Hall, Inc
- Mangkunegara, Prabu Anwar, 2002, *Perilaku Konsumen*, edisi revisi, cetakan kedua, Penerbit : PT. Refika Aditama, Bandung
- Prasetijo, Ristiyanti dan Ihalauw John, 2005, *Perilaku Konsumen*, edisi pertama, Andi, Yogyakarta
- Rahman, Arif, 2010, *Strategi Dasyat Marketing Mix, For Small Business*, edisi pertama, cetakan pertama, penerbit : Transmedia, Jakarta
- Rangkuti, Fredy, 2006, *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN – JP*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Salusu, I, 2003, *Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*, Penerbit : PT. Grasindo, Jakarta.

- Sekaran Uma, 2006, *Research Methods For Business, Metode Penelitian Untuk Bisnis*, buku satu edisi keempat, Penerbit : Salemba Emp[at, jakarta
- Soematri Ating, 2006, *Aplikasi Statistik Dalam Penelitian*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Pustaka Setia, Bandung
- Sugiyono. 2002. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kombinasi; Mixed Methods*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang, 2003, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, cetakan pertama, Penerbit : Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Sutisna, 2003, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, cetakan ketiga, Penerbit: Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko, 2008, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi kedua, cetakan keempat, Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Umar, Husein, 2003. *Metode Riset Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Usmara, Usri, 2008, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, cetakan pertama, Penerbit: Amara Books, Yogyakarta.

