

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Samsung. 100 responden masyarakat DKI Jakarta yang menggunakan *smartphone* Samsung dan yang pernah menggunakan *smartphone* Samsung dan berdomisili di DKI Jakarta adalah responden dalam penelitian ini.

Sebagai hasil dari data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan, simpulan dapat dibuat sebagai berikut:

1. Analisis data yang dilakukan dengan SPSS 25 menunjukkan bahwa variabel-variabel yang terkait dengan *experiential marketing* memiliki dampak yang menonjol terhadap loyalitas pelanggan ponsel Samsung. Hasil uji t mengungkapkan bahwa variabel *experiential marketing* memiliki nilai t hitung sebesar 3,950 yang secara statistik signifikan pada tingkat 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Dari hasil yang ditemukan dapat menjawab rumusan masalah pada penelitian ini yang menyatakan bahwa apakah *experiential marketing* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dan hasil penelitian memberikan pernyataan bahwa *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Berdasarkan nilai t hitung sebesar 4,339 yang lebih kecil dari t tabel dengan angka 1,984 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari taraf sig 0,05, maka kami menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) dan menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ). Analisis yang dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 25 menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Samsung. Dari hasil tersebut dapat menjawab rumusan masalah pada penelitian ini yang menyatakan apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan temuan di atas, ada kekurangan dalam pengaruh *marketing experiential* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Samsung, sehingga peneliti menyarankan antara lain:

1. Dengan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa *experiential marketing* memberikan dampak kepada loyalitas pelanggan. Walaupun bisa memberikan dampak yang baik, sebaiknya *smartphone* Samsung tidak lengah dengan dampak baik yang dirasakan oleh pelanggan dan *smartphone* Samsung bisa terus berinovasi agar *smartphone* Samsung bisa terus memberikan pengalaman yang berkesan.
2. Dengan hasil penelitian pada variabel kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memberikan dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Saran yang bisa peneliti berikan adalah *smartphone* Samsung agar terus melakukan inovasi baik itu dari desain, kamera, *software* agar pelanggan terus merasa puas dengan menggunakan *smartphone* tersebut.
3. Kelemahan pada penelitian ini terletak pada kurangnya jumlah sampel penelitian, yang dapat mempengaruhi validitas dan kemungkinan hasil yang didapat tidak dapat mewakili banyak orang. Saran yang dapat diberikan penulis untuk penelitian lebih lanjut agar menggunakan sampel yang lebih banyak.
4. Selain itu variabel yang digunakan sedikit atau terbatas terkait penelitian membuat peneliti sedikit. Sehingga saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya agar menambahkan variabel.