

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Setelah peneliti melakukan analisis dan pembahasan secara menyeluruh, maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh variabel *Experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen kopi 1815 jalan Mahat Kasan Gatot Subroto Banjarmasin secara positif dari hasil uji regresi linier sederhana diperoleh persamaan  $Y = a + b X$  atau kepuasan konsumen =  $11,232 + 0,249X$ .

Hasil uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebanyak 57,9% kepuasan konsumen kedai kopi 1815 Banjarmasin dipengaruhi oleh variabel *Experiential Marketing*. Sedangkan sisanya 42,1% dipengaruhi variabel lain.

Hasil dari uji T menunjukkan nilai Thitung sebesar  $2,893 > T_{tabel} 1,661$  dan nilai signifikansi  $0,005 < 0,1$  yang berarti bahwa terdapat pengaruh variabel *Experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen kopi 1815 jalan Mahat Kasan Gatot Subroto Banjarmasin.

#### **B. Saran**

Beberapa saran dari penulis kepada pihak yang berkepentingan terhadap penelitian ini antara lain:

1. Bagi kedai Kopi 1815 agar bisa terus meningkatkan *Experiential marketing* dari segi *sense, feel, think, act* dan *relate* untuk memuaskan konsumen sehingga pengalaman yang dirasakan tidak dapat terlupakan.

2. Bagi peneliti lainnya agar bisa meneliti variabel lain yang dimungkinkan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen seperti *brand trust*.