

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*.