

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Tanggapan konsumen tentang upaya Café D’Pakar dalam melaksanakan strategy *experiential marketing* termasuk dalam kategori cukup, hal ini artinya responden menilai upaya Café D’Pakar tersebut telah cukup dirasakan oleh konsumen melalui pengalaman yang dirasakan diantaranya kenyamanan lingkungan café yang berada dipegunungan menimbulkan suasana udara yang sejuk, pemandangan alam pegunungan yang indah, kenyamanan ketika berada di café, burung-burung yang berkicauan, serta pengalaman bagi yang menyukai foto-foto selfie dengan background pemandangan yang indah. Namun ada beberapa hal yang dirasakan kurang memberikan pengalaman ketika berada di café tersebut, diantaranya kurangnya lahan parkir kendaraan sehingga membuat kurang nyamannya pengguna kendaraan lain, menu makanan yang kurang variatif membuat konsumen kurang tertarik akan menu yang disediakan, apabila dalam keadaan yang sedang penuh di café tersebut mengharuskan konsumen menunggu terlebih dahulu (waiting list) yang cukup lama.

2. Tanggapan konsumen tentang loyalitas pelanggan pada Café D’Pakar dalam kategori cukup, artinya konsumen masih belum sepenuhnya loyal kepada café tersebut, hal ini dikarenakan jarak café yang cukup jauh berada dipegunungan membuat konsumen enggan untuk kembali, akses jalan yang masih jelek, kesulitan mencari tempat parkir kendaraan, menu makanan yang kurang variatif, dan pelayanan order makanan yang cukup lama .
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada Café D’Pakar dengan pengaruh yang cukup besar. Sebesar 52,4 % variable *experiential marketing* mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Café D’Pakar

Berdasarkan pembahasan bab IV, peneliti menemukan beberapa hal yang berkaitan dengan *experiential marketing* pada Café D’Pakar sebagai berikut :

- a. Café D’Pakar masih kurang memberikan pengalaman telinga, terlihat dari tanggapan konsumen yang menilai ketika berada di café D’Pakar kurang mendengar kicauan-kicauan burung yang terdengar ketika siang atau sore hari. Serta tidak ada alunan musik yang diputar dilingkungan café sebagaimana café-café pada umumnya..
- b. Café D’Pakar masih kurang memberikan pengalaman lidah, terlihat dari tanggapan konsumen yang menilai kurang variatifnya menu makanan yang disajikan sehingga kurang menarik konsumen .

- c. Café D’Pakar masih kurang memberikan pengalaman dalam hal pelayanan yang diberikan, terlihat dari tanggapan konsumen yang menilai pelayanan yang diberikan kurang memuaskan, karena harus menunggu cukup lama untuk order makanan yang dipesan.
- d. Café D’Pakar masih kurang dalam hal menyediakan pengalaman melalui kontak langsung melalui telepon dan bertemu secara langsung, terlihat dari tanggapan konsumen yang menilai café jarang sekali atau bahkan tidak pernah memberikan kontak langsung dengan konsumen melalui telepon.
- e. Café D’Pakar masih kurang dalam hal pengalaman pemberian member get member, terlihat dari tanggapan konsumen yang menilai tidak adanya promo member get member tersebut yang ditawarkan kepada konsumen. Bahkan jarang sekali ada promo-promo yang melibatkan antara konsumen dan café.

5.2 Saran

1. Guna menanggulangi permasalahan “konsumen menilai Café D’Pakar kurang memberikan pengalaman telinga”, menurut peneliti sebaiknya menambah alunan-alunan musik yang diputar agar membuat konsumen nyaman dan betah ketika berada di café.

2. Guna menanggulangi permasalahan “konsumen menilai Café D’Pakar kurang memberikan pengalaman lidah, menurut peneliti sebaiknya café menambah menu makanan yang lebih variatif dan menarik agar membuat konsumen tertarik akan pilihan menu makanannya.
3. Guna menanggulangi permasalahan “konsumen menilai pelayanan yang diberikan Café D’Pakar kurang memuaskan”, menurut peneliti sebaiknya café menambah koki (juru masak) agar membuat pelayanan menjadi lebih cepat ketika menerima order makanan, atau bahkan penambahan pelayan (waiter) agar membuat konsumen tidak perlu datang langsung ke kasir untuk order makanan.
4. Guna menanggulangi permasalahan “konsumen menilai tidak adanya pengalaman melalui kontak langsung melalui telepon atau bertemu langsung”, menurut peneliti sebaiknya pihak café memberikan kontak langsung baik melalui telepon ataupun bertemu langsung agar terjalin hubungan (*relate*) antara konsumen dan café.
5. Guna menanggulangi permasalahan “konsumen menilai tidak adanya pengalaman melalui promo member get member”, menurut peneliti sebaiknya pihak café membuat promo yang menarik agar konsumen tertarik untuk kembali mengunjungi café serta menjalin hubungan yang baik antara café dan pelanggan.