

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil yang sudah diketahui maka kesimpulan yang dapat diambil pada penelitian *experiential marketing* terhadap pembelian ulang melalui kepuasan sebagai variabel *intervening* adalah sebagai berikut:

1. *Experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran The House of Raminten Yogyakarta
2. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang di Restoran The House of Raminten Yogyakarta.
3. *Experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang di Restoran The House of Raminten Yogyakarta.
4. *Experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang melalui kepuasan sebagai variabel *intervening* di Restoran The House of Raminten Yogyakarta.

#### **B. Keterbatasan Masalah**

Pada penelitian ini, peneliti menyadari bahwasanya masih banyak terdapat keterbatasan pada penelitian ini yaitu antara lain:

1. Dalam penelitian ini, peneliti hanya mengukur pembelian ulang berdasarkan variabel *experiential marketing* dan variabel kepuasan pelanggan, sehingga mungkin masih belum mampu menggambarkan

pengaruh terhadap pembelian ulang secara menyeluruh. Dengan demikian diharapkan untuk kedepannya dalam mengukur pembelian ulang dapat diukur dengan variabel-variabel dan juga aspek aspek yang lainnya.

2. Dalam penelitian ini, peneliti masih hanya sebatas mengukur Restoran The House of Raminten yang berada di Yogyakarta. Mungkin untuk kedepannya, untuk penelitian selanjutnya bisa meneliti restoran lain yang menerapkan strategi *experiential marketing* serupa sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

### **C. Saran**

1. Restoran The House of Raminten Yogyakarta

Bagi pihak Restoran The House of Raminten Yogyakarta alangkah baiknya untuk mempertahankan strategi *experiential marketing* yang sudah diterapkan karena dengan dengan strategi tersebut dapat memunculkan identitas diri dari restoran itu sendiri. Diharapkan untuk kedepannya bisa ditingkatkan lagi atau diperdalam strategi yang sudah dijalankan dengan meningkatkan aspek-aspek didalamnya yaitu *sense fell think act dan relate*, sehingga dapat mempertegas ciri khas yang ada di Restoran The House of Raminten Yogyakarta kedepannya.

2. Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya kedepannya bisa menambah variabel-variabel baru yang mungkin lebih relevan yang dapat

digunakan untuk mengukur pembelian ulang dan kepuasan pelanggan.

Serta mungkin dapat menambahkan jumlah sampel yang ingin diteliti.