

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dengan analisis *regresi linier berganda* yang dioperasikan melalui program SPSS versi 21.0 dimana untuk menguji kelima hipotesis dengan objek *Smartphone* Samsung Galaxy S7 pada penelitian ini. Hipotesis tersebut meliputi *Sense, Feel, Think, Act, Relate* terhadap *Experiential Value*. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. *Sense* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Experiential value* pada *Smartphone* Samsung Galaxy S7 di Yogyakarta, Hipotesis 1 didukung. Hal ini membuktikan bahwa *Sense* menjadi pertimbangan penting dalam melakukan penawaran kepada konsumen.
2. *Feel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Experiential value* pada *Smartphone* Samsung Galaxy S7 di Yogyakarta, Hipotesis 2 didukung. Hal ini membuktikan bahwa *Feel* menjadi pertimbangan penting dalam melakukan penawaran kepada konsumen.
3. *Think* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Experiential value* pada *Smartphone* Samsung Galaxy S7 di Yogyakarta, Hipotesis 3 didukung. Hal ini membuktikan bahwa *Think* menjadi pertimbangan penting dalam melakukan penawaran kepada konsumen.
4. *Act* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Experiential value* pada *Smartphone* Samsung Galaxy S7 di Yogyakarta, Hipotesis 4

tidak didukung. Hal ini membuktikan bahwa *Act* tidak menjadi pertimbangan penting dalam melakukan penawaran kepada konsumen.

5. *Relate* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Experiential value* pada *Smartphone* Samsung Galaxy S7 di Yogyakarta, Hipotesis 5 didukung. Hal ini membuktikan bahwa *Relate* menjadi pertimbangan penting dalam melakukan penawaran kepada konsumen.

B. Keterbatasan penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, peneliti menyadari masih banyak terdapat keterbatasan yang meliputi :

1. Pada penelitian ini, peneliti hanya meneliti pada kalangan mahasiswa yang sedang menempuh kuliah di Yogyakarta. Untuk penelitian selanjutnya bisa meneliti di kalangan yang lainnya atau ke konsumen yang lebih umum karena pemakai *smartphone* Samsung Galaxy S7 digunakan oleh kalangan secara umum tidak hanya terbatas pada kalangan mahasiswa, supaya penelitian selanjutnya dapat mendapatkan hasil yang lebih baik.
2. Pada penelitian ini, peneliti hanya mengukur pengaruh variabel *Experiential Marketing* terhadap variabel *Experiential Value*, sehingga belum mampu menggambarkan secara luas tentang pengaruh *Experiential marketing*, karena *Experiential Marketing* masih bisa digunakan untuk mempengaruhi variabel dan aspek-

aspek lainya, seperti kepuasan pelanggan, *repurchase intention*, loyalitas pelanggan, *emotional branding*.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran dan masukan yang bisa peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya subjek penelitian bisa lebih di perluas, tidak hanya pada kalangan mahasiswa tetepi di kalangan yang lebih umum, karna pemakaian *smartphone* Samsung Galaxi S7 di gunakan pada kalangan secara umum.

2. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan peneliti konsep strategi *Experiential marketing* sangat bagus digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan *value* bagi perusahaan, karna Perusahaan harus mampu mengembangkan inovasi yang memang di inginkan oleh konsumen, seperti konsep *Experiential marketing* yang mampu memberikan pengaruh kepada konsumen sampai pada tingkat emosional konsumen, konsep *experiential marketing* ini sangat cocok dan sangat direkomendasikan.