

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Experiential Marketing* berpengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan Emery barbershop Kota Padang.
2. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan Emery barbershop Kota Padang.
3. Citra merek berpengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan Emery barbershop Kota Padang.

#### **5.2 Implikasi Penelitian**

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat diajukan implikasi penting yang dapat bermanfaat bagi masyarakat terutama para kaum urban yang sangat memperhatikan penampilan rambutnya, barbershop merupakan salah satu alternatif yang bisa dipertimbangkan oleh kaum urban untuk memangkas rambut dengan gaya rambut yang dapat memuaskan pelanggannya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *experiential marketing*, dan citra merek dapat memberikan kepuasan dalam memangkas rambut di Emery Barbershop Kota Padang. Emery Barbershop diharapkan untuk lebih merekrut kapster yang lebih berpengalaman sehingga Emery Barbershop dapat menghasilkan potongan rambut yang sesuai dengan keinginan pelanggan dengan begitu Emery Barbershop dapat meningkatkan

kredibilitasnya dimata pelanggan demi mencapai kepuasan pelanggan yang maksimal.

### **5.3 Keterbatasan dan Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada pelanggan Emery Barbershop Kota Padang, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada pelanggan barbershop lainnya. Dengan demikian disarankan bagi penelitian yang akan datang dapat mengujikan model penelitian ini pada pelanggan di barbershop-barbershop lainnya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu *experiential marketing*, kualitas pelayanan, dan citra merek sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti persepsi harga masih terabaikan. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut kedalam model penelitiannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda Pramesty Noviarini, I. K. (2014). Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E- Resto Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 1, 2.
- Andrian, W., & Fadillah, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Merek, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Airasia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 2(1), 53–60. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v2i1.586>
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Arikunto, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta.
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Budiyanto, E., Airlangga, I. B., & Mahsun, A. (2019). Pengaruh E-Service Quality Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 1 no 2(2684–9720).
- Djarmiko, Y., & Adartha, C. V. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Di The Singhasari Resort Batu. In *Jurnal Hospitality dan Manajemen Data* (Vol. 6, Issue 1).
- Eka, M. R., & Yuliana, E. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi Pada Wiki Koffie Bandung ) The Effect Of Experiential Marketing On Customer Satisfaction ( Study On Wiki Koffie Bandung ). *E-Proceeding Of Management*, 3(1), 248–255.
- Fadillah, U., Rahmadany, E., & Gami, P. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bangsal Kopi Jl T Imam Bonjol Lubuk Pakam. *Journal of Economic and Accounting*, 1(2), 108–113.
- Fiqihtha, E., Kuraesin, E., & Muniroh, L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2 no 2, 39–55.
- Frida Yanti Sirait, Mulyana Fitri, & Chuzaimah Batubara. (2023). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Halal Kosmetik Safi. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi*

- Syariah*, 6(2),450–464. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(2\).13654](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(2).13654)
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6387>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014a). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014b). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Jannah, D. A. M., Andriani, N., & Arief, M. (2014). Pengaruh Strategi Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Sepuluh Nopember Surabaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 53–64.
- Johnson, R. L., & Pittman, L. D. (2021). The Impact of Grooming on Perceived Professionalism and Trustworthiness in the Workplace. *Journal of Social Psychology*, 161(3), 253-266.
- Kertajaya. (2010). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Tempat Wisata Jawa Timur Park 1 Kota Wisata Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(1), 1–6
- Khasanah, I. (2015). 13419-31257-1-Sm. 2015, 12.
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management. Pearson Prentice Hall. England*.
- Kotler, K. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Citra Merek, Lokasi Dan Kualitas Produk. In *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* (Vol. 2, Issue 5). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5.565>
- Kusuma, W., & Marlina, N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1174–1180.
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.513>
- Lufiati, L. O., & Suparna, G. (2023). The Influence of Digital Marketing on Repurchase Intentions Mediated by Trust in the Shopee Marketplace in Denpasar City. *International Journal of Social Science and Human Research*, 6(08), 4788–4794. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i8-24>

- Marami, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Aramis*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.1628/978-3-16-156172-6>
- Maskun, L., Soegoto, A., & Jorie, R. (2018). Kepuasan Pelanggan Pada Steiner Salon Manado The Influence Of Experiential Marketing And Service Quality To Customer. *Jurnal Emba*, 6(3), 1268–1277.
- Mulyati, Y. (2023). Dinamika Citra Merek Dan Preferensi Pembelian: Eksplorasi Dalam Konteks Produk Lokal. *Akademik: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 3(3), 146–155. <https://doi.org/10.37481/Jmeh.V3i3.609>
- Nadya Risma Pratiwi, & Endang Tjahjaningsih. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Toko Hijab Nadya Collection Di Semarang). *Proceeding SENDIU 2020*, 510–5118.
- Nadya Rizki Mirella, N., Nurlela, R., Erviana, H., & Herman Farrel, M. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>
- Onata, I., & Mukaram. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Applied Business and Administration Journal*, 2(2), 1–9. <https://doi.org/10.62201/abaj.v2i2.49>
- Prasetyawan, C. (2021). Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Pelayanan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Pelanggan Goodboy Barbershop Ponorogo). *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(4), 276. <https://doi.org/10.54144/Jadbis.V9i4.6361>
- Putra, K. D. K., Piarsa, I. N., & Sukarsa, I. M. (2020). Geographic Information System for Booking Beauty Salon and Barber Shop with an Android-Based ECRM Approach. *Scientific Journal of Informatics*, 7(1), 52–65.
- Putra, P. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Mie Sedaap. *Jurnal Kewirausahaan*, 8(1), 72.
- Rahman, A. B. M. J. B. Z. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Ford. *SEIKO: Jurnal of Management and Business Management and Business*, 2(1), 1–10.
- Rahman, I., & Supriadi, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Experiential Marketing Terhadap Minat Pembelian Ulang yang Dimediasi Kepercayaan Pelanggan pada Mc Donald's di Kota Serang. *Jurnal*

*Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 1219–1230.

- Romero, K., Brata, A. H., & Fanani, L. (2020). Pengembangan Aplikasi Barberman Rate Berbasis Web (Studi Kasus: Prosperous Barbershop). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* e-ISSN, 2548, 964X.
- Sriayuda, Y. (2013). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Samsung Galaxy Tab. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 1(4), 1–13.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV AFABETA.
- Syahadat, Ichwan N. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Starbucks Coffee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Starbucks Coffee Di Bandung). *E-Proceeding Of Applied Science*, Vol.4, No.
- Tiara Purba. (2016). *Lampiran 1 Kuesioner Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk. X*.
- Usvela, E., Qomariah, N., & GunawanWibowo, Y. (2019). Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Urnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5 no 2, 300–312.
- Wijaya, R., Setiawan, M., & Kusuma, A. (2020). "Tren Grooming Pria dan Implikasinya Terhadap Pertumbuhan Barbershop di Kota Bandung." *Jurnal Pemasaran*, 12(4), 112-123.
- Wahyono, F. N., & Saputra, R. A. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warbon Kopi. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 5(2), 270–281. <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v5i2.306>
- Yuliawan, E., & Ginting, M. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri Cabang Medan Balai Kota. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.55601/jwem.v6i1.253>
- Zakaria. (2022). "Pengaruh Experiential Marketing, Price dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Pelanggan Up Barbershop Magetan. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 01, 1–7.