

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. *Experiential marketing* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada RM Lamun Ombak.
2. *Service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada RM Lamun Ombak.
3. *Experiential marketing tidak* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada RM Lamun Ombak.
4. *Service quality* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada RM Lamun Ombak.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada RM Lamun Ombak.
6. Kepuasan pelanggan tidak memediasi antara hubungan variabel *experiential marketing* dan loyalitas pelanggan pada RM Lamun Ombak.
7. Kepuasan pelanggan sebagai pemediasi antara hubungan variabel *service quality* dan loyalitas pelanggan pada RM Lamun Ombak.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Terbatasnya jumlah sampel yang digunakan, sehingga mempengaruhi ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh.
2. Penelitian ini dilakukan saat pandemi Covid-19, sehingga penyebaran kuesioner dilakukan secara online atau daring yang berpengaruh terhadap responden yang mengisi kuesioner mayoritas mahasiswa, sehingga hasil analisis data yang diperoleh kurang baik atau sesuai dengan kongkrit pada RM Lamun Ombak.
3. Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh variabel *experiential marketing* dan *service quality* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada RM Lamun Ombak Khatib Sulaiman Kota Padang, karena masih terdapat variabel lain seperti kepercayaan dan kualitas produk yang bisa digunakan untuk mengukur tingkat loyalitas pelanggan dengan menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel pemediasi.

5.3. Saran-Saran

1. Peneliti yang akan datang disarankan agar menambahkan sampel penelitian atau pelanggan RM Lamun Ombak sebagai responden penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik.
2. Pemilik RM Lamun Ombak harus dapat mengarahkan karyawannya untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara cepat tanggap terhadap pelanggan, bersikap jujur, bertanggung jawab, dan selalu mengutamakan kualitas menu makanan, untuk menciptakan loyalitas pelanggan pada RM Lamun Ombak.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah beberapa variabel yang belum digunakan dalam penelitian ini. Karena masih banyak faktor lainnya yang dapat mempengaruhi variabel loyalitas pelanggan, sehingga dapat meningkatkan ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang akan diperoleh dimasa mendatang.