

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dimensi *sense* (panca indera) memiliki pengaruh sangat kecil terhadap Loyalitas Pelanggan . Hal ini berarti bahwa Cipaganti Travel harus lebih membentuk *differentiator* (pembeda) ataupun keunikan tersendiri pada jasa layanannya. Dengan dibentuknya pembeda maka semakin menarik pelanggan untuk menggunakan jasa layanan Cipaganti Travel.
2. Dimensi *feel* (perasaan) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 32,04%. Dengan meningkatkan kenyamanan, serta perhatian kepada pelanggan akan membuat para pelanggan Cipaganti Travel senang sehingga meningkatkan Loyalitas Pelanggan.
3. Dimensi *Think* (cara berpikir) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 32,60%. Ini membuktikan bahwa dengan menciptakan dan memberikan layanan yang baik pada para pelanggan, maka akan membuat para pelanggan semakin berpikir positif tentang Cipaganti Travel.
4. Dimensi *Act* (tindakan) berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan sebesar 43,56%. Hal ini berarti para pelanggan Cipaganti menikmati layanan dari

Cipaganti dan dapat berinteraksi dengan media yang ada serta merasakan sensasi pada saat menggunakan Cipaganti Travel.

5. Dimensi *Relate* (pertalian) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 25%. Hal ini berarti Cipaganti harus membentuk relasi yang lebih baik dengan pelanggan sehingga para pelanggan merasa Cipaganti peduli terhadap kepuasan konsumen. Sehingga akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan.
6. Secara simultan *Experiential Marketing* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan secara simultan sebesar 57,3%. Hal ini membuktikan bahwa Cipaganti telah menerapkan *Experiential Marketing* pada jasa layanannya cukup baik.

5.1.1 Keterbatasan Penelitian

Dari hasil penelitian ini terdapat keterbatasan penelitian yaitu dari pengumpulan data, pada saat menyebarkan kuesioner terdapat beberapa responden yang menolak untuk mengisi karena privasi responden. Dan tempat pengambilan sampel juga hanya disatu lokasi dikarenakan keterbatasan waktu

5.3 Saran

Saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini antara lain :

1. Dari hasil penelitian, kepada pihak Cipaganti Travel disarankan membentuk *sense* pada layanan jasanya dengan membuat *differentiator* (pembeda) pada jasanya sehingga pelanggan dapat merasakan perbedaan pada saat

menggunakan jasa cipaganti travel dengan yang lainnya dan ini akan menjadikan *value* tersendiri bagi Cipaganti Travel.

Dan saran dari responden kepada Cipaganti Travel agar lebih meningkatkan layanan jasanya seperti pada saat para karyawan yang ramah melayani pelanggan pada saat melakukan reservasi melalui telepon ataupun di pool Cipaganti Travel, kemudian para supir yang diberikan peringatan apabila berkendara mengebut, dan menambah fasilitas-fasilitas yang lebih baik di ruang tunggu agar para pelanggan merasa nyaman dan betah serta menambah armada dan memperbanyak rutenya. Serta memberikan *free* apabila sudah menggunakan layanan jasa travel lebih dari 6 kali. Tidak hanya itu saja membangun relasi dengan para pelanggan adalah penting sehingga para pelanggan merasa bagian dari Cipaganti Travel, dan juga memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk berinteraksi dengan Cipaganti Travel.

2. Pada penelitian serupa dimasa mendatang dapat dilakukan pada objek yang berbeda serta menambah variabel lainnya seperti faktor harga, tingkat kualitas layanan dan pengaruh atmosphere sehingga dapat menambah studi literatur bagi peneliti lainnya