

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh strategi *green experiential marketing* pada sikap konsumen (studi pada restoran kehidupan Bandung). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh strategi *green experiential marketing* pada sikap konsumen (studi pada restoran kehidupan Bandung).

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini memiliki beberapa keterbatasan penelitian yaitu:

1. Pertanyaan tentang karakteristik konsumen seperti umur, jenis kelamin dan pekerjaan tidak dicantumkan sehingga tidak menggambarkan konsumen sebagai segmen pasar secara detail. Semakin jelas menganalisis karakteristik konsumen semakin tepat strategi untuk mengetahui target pasar potential.
2. Penelitian ini dilakukan pada hanya industri vegetarian dengan satu merek dagang, ada banyak restoran vegetarian di Bandung yang bisa dijadikan perbandingan agar lebih relevan dalam menganalisis pengalaman konsumen.

5.3 Saran

1. **Bagi Kalangan Akademisi:** model penelitian ini masih sangat sederhana, hanya menguji pengaruh *strategi green experiential marketing* sebagai variabel independen pada sikap konsumen (studi pada Restoran Kehidupan Bandung) sebagai variabel dependen. Penelitian selanjutnya dapat membuat model yang berbeda dengan mengganti variabel dependen maupun menambahkan variabel moderasi seperti *brand trust*, *brand image*, dan *brand awareness*.
2. **Bagi Kalangan Praktisi:** pendekatan strategi *experiential marketing* sangat bermanfaat untuk membangun merek dengan menganalisis pengalaman pribadi konsumen secara relevan. Namun walaupun strategi *green marketing* dan *experiential marketing* yang dikombinasikan sudah berhasil, tetap harus dilakukan *benchmarking* dengan industri bisnis yang sama agar lebih mengukur tingkat kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil *benchmarking*, suatu organisasi dapat memperoleh gambaran (*insight*) mengenai kondisi kinerja organisasi sehingga dapat mengadopsi *best practice* untuk meraih sasaran yang diinginkan.