

## BAB V . KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pada pembahasan Bab IV mengenai pengaruh *Experiential Marketing* dan *Experiential Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada produk Mobil Toyota, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan dan memberikan beberapa saran sebagai masukan bagi *dealear* Wijaya Toyota Bandung.

### 5.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, dianalisis berdasarkan kuesioner yang disebar, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tidak terdapat pengaruh antara *experiential marketing* terhadap *customer Satisfaction*
2. Tidak terdapat pengaruh antara *experiential value* terhadap *customer Satisfaction*
3. Tidak terdapat pengaruh antara *experiential Marketing* dan *experiential.Value* terhadap *cust satisfaction*

### 5.2. Saran

Untuk menjawab masalah yang ditemukan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan rekomendasi yang mungkin dapat digunakan sebagai masukan, yaitu:

1. Bagi *dealear* Wijaya Toyota Bandung : Perusahaan harus memperhatikan keinginan dari konsumen tersebut misalnya dari segi *service* mobil harus

diperhatikan benar-benar keluhan dari konsumen tersebut agar ketika selesai konsumen tersebut merasa puas dengan hasil kinerja dari perusahaan tersebut. Ada juga hal-hal yang perlu dipertahankan seperti SOP dari bagaimana menyambut ramah tamu yang baru datang.

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan objek penelitian yang berbeda dan variabel penelitian yang lain.