

## BAB V

### Kesimpulan dan Saran

#### 5.1 Kesimpulan

Dari Hasil penelitian dengan judul Analisis Dampak *Experiential Marketing*, *Brand Love*, *Customer Satisfaction* terhadap *Loyalty Customer*, responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan batas usia 10-49 tahun yang ada di Indonesia. Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap permasalahan dengan menggunakan analisis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Experiential Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Love* di Shopee.id
2. *Brand Love* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* di Shopee.id
3. *Experiential Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* di Shopee.id
4. *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* di Shopee.id
5. *Experiential Marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* di Shopee.id
6. *Brand Love* mampu memberikan peran mediasi yang signifikan kepada *Experiential marketing* terhadap *Customer Loyalty*
7. *Customer Satisfaction* mampu memberikan peran mediasi yang signifikan kepada *Experiential marketing* terhadap *Customer Loyalty*

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan baik dari sisi referensi dan sumber acuan yang digunakan oleh peneliti. Peneliti yang dikaji dari beberapa teori dan telaah pustaka/jurnal maupun memberikan pemahaman secara jelas dan terperinci sehingga mudah dipahami oleh pembaca dan generasi seterusnya. Keterbatasan penelitian ini diantaranya :

1. Penelitian ini menguji variabel *Experiential Marketing*, *Brand Love*, *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty*, padahal masih banyak variabel-variabel lainnya yang mampu bisa meningkatkan *Customer Loyalty*.
2. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang responden, sehingga untuk hasil menganalisis masih lemah.
3. Penelitian ini menggunakan populasi pengguna aktif Shopee di seluruh Indonesia, sedangkan setiap daerah perilaku konsumen berbeda-beda.

## 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan serta kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang didapatkan sebagai berikut :

1. Bagi Shopee  
Shopee harus memberikan pengalaman-pengalaman yang baik kepada setiap konsumen, lalu tidak terfokus pada satu segmen saja, harus merata apalagi pengguna lebih banyak perempuan yang menyukai Shopee, semua itu bisa meningkatkan rasa cinta dan kepuasan yang didapatkan sehingga konsumen bisa menjadi setia dan loyal.
2. Bagi Resseler Shopee  
Resseler diharapkan mampu memberikan informasi terkait barang yang dijual secara jelas dan nyata, sehingga konsumen tidak merasa khawatir dan dirugikan

dan tentunya akan membuat konsumen menjadi senang dan puas terhadap Shopee.

### 3. Bagi Konsumen

Konsumen yang sudah pernah ataupun belum pernah membeli di Shopee diharapkan harus teliti dan secara cepat dalam memutuskan pembelian, sehingga konsumen bisa terhindar dari pengalaman buruk yang akan didapatkannya.