

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan, ada beberapa kesimpulan yang dapat ditarik oleh peneliti yaitu sebagai berikut :

1. *Experiential Marketing* (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Cinema XXI Pakuwon Mall Surabaya* karena *experiential marketing* yang diberikan oleh *Cinema XXI Pakuwon Mall Surabaya* melalui studio dan *sound system* yang berkualitas juga desain interior yang dapat dinikmati oleh panca indera.
2. *Service Quality* (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Cinema XXI Pakuwon Mall Surabaya*. Hal tersebut dipengaruhi oleh kinerja karyawan *Cinema XXI Pakuwon Mall* yang bagus, dimana para karyawan melayani konsumen dengan cepat dan tepat sehingga kepuasan konsumen pun juga meningkat.
3. *Brand Image* (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Cinema XXI Pakuwon Mall Surabaya*. Hal ini dipengaruhi oleh kepercayaan konsumen terhadap seluruh informasi yang diberikan sehingga *Cinema XXI Pakuwon Mall Surabaya* memiliki *brand image* yang baik dimata konsumen dan menimbulkan kepuasan konsumen.



5.2 Saran

5.2.1 Bagi *Cinema XXI Pakuwon Mall Surabaya*

Berdasarkan hasil yang telah ditulis diatas, peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut :

1. Peneliti menyarankan *Cinema XXI Pakuwon Mall Surabaya* untuk menambah jenis studio *IMAX 3D* karena *Cinema XXI* belum memiliki jenis studio tersebut, sehingga konsumen bisa mendapatkan *experience* baru dengan menonton di studio *IMAX 3D* dan juga menambahkan pilihan menu makanan dan minuman yang lebih sehat seperti jus buah dan salad.
- Peneliti menyarankan untuk membentuk tim *customer service* di *Cinema XXI Pakuwon Mall Surabaya* dengan memanfaatkan integrasi *chatbox* melalui *Whatsapp Business* sehingga karyawan dapat memberikan respon yang cepat untuk menjawab atau mengatasi masalah yang sedang dialami konsumen selama berada di gedung bioskop.
- Peneliti menyarankan *Cinema XXI Pakuwon Mall Surabaya* untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas terhadap konsumen dengan menyediakan platform (nomor customer service), kotak kritik dan saran dimana konsumen bisa memberikan feedback mereka setelah menonton film di *Cinema XXI Pakuwon Mall Surabaya* untuk mengetahui tentang kelebihan dan kekurangan perusahaan.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut :

1. Peneliti menyarankan bagi penelitian selanjutnya yang tertarik dengan penelitian yang serupa diharapkan dapat memperhatikan variabel – variabel lain yang tidak digunakan dapat penelitian ini seperti *store atmosphere* dan *service convinicence* sehingga dapat memperbanyak referensi dan informasi terkait faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Peneliti menyarankan bagi penelitian selanjutnya untuk dapat memperbanyak jumlah sampel sehingga dapat mewakili seluruh karakteristik populasi karena akan dapat memberikan hasil yang berbeda dan lebih akurat.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng, Mariza. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Penggan TX Travel Klampis Surabaya*. 7(3).
- Aldy, Rochmat. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo : CV. Wade Group.
- Alimul, Aziz. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian dan Uji Validitas – Reliabilitas*. Surabaya : Health Books Publishing.
- Andrian, Widhia dan Adil. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Merek, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Airasia*. 2(1).60
- Angelita, Ruth dan Adriana. (2018). *Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran KFC di Surabaya*. 6(1), 101.
- Arianty, Nel dan Ari. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. 4(1), 42.
- Clark, Tom, Liam, Luke and Alan. (2021). *Bryman's Social Research Method*. Oxford : Oxford University Press.
- Darna, Budi. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Bogor : Guepedia.
- Dolet, Dominikus. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Dwi Rahayu dan Budi. (2020). *Pengaruh Experiential Marketing, Citra Merek, dan Harga dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Bioskop XXI Solo Square*. Diakses pada 17 Agustus 2022 dari Jurnal Ekonomi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, dan Entrepreneur.
- Erfan, Mohammad, Rilla dan Risca. (2021). *Bisnis Waralaba*. Malang : UB Press.
- Febrini, Irma, Retno dan Misbahul. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Warung Kopi Klotok Kaliurang Yogyakarta*, 10(1), 37.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fernando, Andrew, Adhi dan Edi. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Film Indonesia. (2022). *Data Penonton*. Diakses pada 16 Agustus 2022 dari <http://filmindonesia.or.id/movie/viewer#.Yw2REyWIYWM>
- Firmansyah, Farid dan Rudi. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa : Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan*. Pamekasan : Duta Media Publishing.



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk penganggara/plagiat akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Gede,Dewa dan Gusti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk,Kualitas Layanan, dan Citra Merek. 9(8).

Geraldi. (2020). *Dampak Brand Image dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction (Studi pada Penonton Bioskop XXI Surabaya)*. 8(3).

Hanumi, Arkinanti, Ike dan Fathorrahman. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Budaya Akademik Terhadap Kepuasan Melalui Brand Image Pada Mahasiswa Program Studi Destinasi Pariwisata Politeknik Kota Malang*. 2(1).

Harjadi, Dikdik dan Iqbal. (2021). *Experiential Marketing dan Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon : Penerbit Insania.

Huda, Nurul. (2020). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar*. 2(1), 38.

Ibrahim, Malik dan Sitti. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 4(1).

Ihrus,Salim. (2019). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian : Konsep dan Teori*. Malang : Media Nusa Creative.

Ika,Nadia dan Novien. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat – alat Bangunan pada PT. Rodes Chemindo Medan*. 2(1), 982.

Ismunandar dan Widya. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Salon Lontin Kota Bima)*. 4(3), 1162.

Komang,Luh dan Gusti. (2022). *Pemasaran Kreatif Untuk Segala Bisnis*. Sleman : Deepublish Publisher.

Kurniasih, Dedeh. (2021). *Kepuasan Konsumen : Studi Terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek*. Banten : Penerbit Bintang Sembilan Visitama.

Levy,Shalom dan Hanna. (2020). *Twofold Impact of Experiential Marketing : Manufacturer Brand & Hosting Retailer*. 2 – 3.

Merry, Angelica. (2020). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Produk Kosmetik Emina dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. (Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)*.

Mu ah dan Masram. (2021). *Loyalitas Pelanggan : Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan*. Sidoarjo : Zifatama Jawa.

Muhammad, Jumarni, Wisang dan Muhammad (2021). *Pengaruh Experiential Marketing dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Eiger Store Sorong*. 4(1), 9.



Muhammad. (2022). *Inilah 4 Manfaat Memiliki Home Theater di Rumah, Apa Saja?.* Diakses pada 29 Agustus 2022 dari <https://www.pantura7.com/2022/04/19/inilah-4-manfaat-memiliki-home-theater-di-rumah-apa-saja/>

Muljani, Ninuk. (2021). *The Effect Of Experiential Marketing on Customer Loyalty Mediated By Customer Satisfaction (Study on Boncafe Restaurant in Surabaya).* 9(2), 212.

Nugraha, Billy. (2022). *Pertimbangan Uji Asumsi Klasik.* Surakarta : Pradina Pustaka.

Ovan dan Andika. (2020). *CAMI : Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web.* Takalar : Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.

Pamungkas. (2018). *Film Berkembang, Layar Bioskop Terus Bertambah.* Diakses pada 16 Agustus 2022 dari <https://celebrity.okezone.com/amp/2018/05/19/206/1900311/film-berkembang-layar-bioskop-terus-bertambah>

Perwangsa, Inggang. (2017). *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah.* Malang : UB Press.

Comariah, Nurul. (2020). *Pentingnya Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung (Studi Pengaruh Customer Value, Brand Image, dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai).* Jember : CV. Pustaka Abadi.

Othrunnada, Kholida. (2022). *Pengertian Variabel dan Jenisnya dalam Penelitian.* Diakses pada 1 September 2022 dari <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5821887/pengertian-variabel-dan-jenisnya-dalam-penelitian>

Ramdany, Peri. (2021). *Pembelajaran Animasi : Studi tentang Analisis Dampak Terhadap Prestasi dan Motivasi Belajar.*

Riadi, Muchlisin. (2020). *Populasi dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan dan Rumus).* Diakses pada 1 September 2022 dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>

Rofflin, Eddy. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran.* Pekalongan : PT. Nasya Expanding Management.

Salim dan Haidir. (2019). *Penelitian Pendidikan : Metode, Pendekatan , dan Jenis.* Jakarta : Kencana.

Salma. (2021). *Pendekatan Penelitian : Pengertian, Jenis – jenis, dan Contoh Lengkapnya.* Diakses pada 1 September 2022 dari <https://penerbitdeepublish.com/pendekatan-penelitian/>

Samira, Aniesa. (2020). *Pemasaran Pariwisata Pendekatan Perilaku Wisatawan.* Malang : Media Nusa Creative.



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan penelitian dan penerbitan. Semua bentuk penganggara/plagiat akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Samsidar. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Hotel Denpasar Makassar*. (Universitas Muhammadiyah Makassar).

Sandi, Kurnia, Roni, dan Muhammad. (2020). *Tutorial PHP Machine Learning Menggunakan Regresi Linear Berganda Pada Aplikasi Bank Sampah Istimewa Versi 2.0 Berbasis WEB*. Bandung : Kreatif Industri Nusantara.

Sani, Fathnur. (2018). *Penelitian Farmasi Komunitas dan Eksperimental*. Sleman : Deepublish Publisher

Setyono, dkk. (2017). *Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Konig Coffee and Bar*. (Universitas Kristen Petra).

Smilansky, Shirra. (2018). *Experiential Marketing : A Practical Guide to Interactive Brand Experiences*. London : Kogan Page Limited.

Suyono. (2018). *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta : Penerbit Deepublish.

Suyudi. (2022). *Ini Daftar Mall yang Paling Banyak Dikunjungi Berdasarkan PeduliLindungi*.

Uswela, Efit, Nurul dan Yohanes. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife*. 5(2).

Wahyuni, Sri. (2020). *Kinerja Sharia Conformity and Profitability Index dan Faktor Determinan*. Surabaya : Scopindo Media Pustaka.

Wijaya, Terry. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Flix Cinema PIK Avenue Mall Jakarta*. Jakarta : Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Yulianto, Harry dan Syarief. (2018). *Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Publik Terhadap Kepuasan Pengguna Masyarakat Pengguna Trans Mamminasata*. 1(1), 1238.

Zulkarnaen, Wandy dan Neneng. (2018). *Pengaruh Strategi Penerapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry dan Simply Fresh Laundry di Jalan Cikuta Bandung)*. 2(1), 109.

