

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan hasil penelitian dapat diambil beberapa kesimpulan bahwa :

1. Loyalitas konsumen di Warung Kopi “Merapi” tidak dipengaruhi oleh komponen bauran pemasara harga, produk, suasana/lokasi, bukti fisik, orang dan proses, tetapi komponen promosi berpengaruh positif. Namun pengaruh promosi yang berperan adalah promosi tidak langsung. Seluruh komponen *Experiential marketing* tidak berpengaruh terhap konsumen loyalitas di warung kopi.
2. Faktor dominan yang mempengaruhi loyalitas konsumen di Warung Kopi “Merapi” adalah promosi tidak langsung, yaitu informasi di media sosial yang berasal dari pengunjung.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang diambil, maka saran yang diberikan yaitu sebagai berikut :

Berdasarkan dari data bauran pemasaran promosi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas membuat kualitas Warung Kopi “Merapi” tetap bagus. Maka Untuk meningkatkan pemasaran dibutuhkan peningkatan pada promosi tidak langsung, seperti meningkatkan promosi pada media sosial. Berdasarkan dari hasil *Experiential Marketing* pengunjung tidak datang lebih dari dua kali bukan karena warung kopi, melainkan pemandangan yang di tampilkan yaitu Gunung Merapi. Disarankan untuk Warung Kopi “Merapi” mempertahankan suasana *view* gunung dan meningktakan promosi.