

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dan analisis data pada penelitian yang penulis lakukan ini, penulis dapat memberikan kesimpulan atas hasil yang diperoleh selama melakukan penelitian, antara lain :

- 1) *Sensory Marketing Visual* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*  
Dengan menggunakan *sensory marketing visual* yang efektif, *café* dapat menciptakan pengalaman visual yang positif bagi pelanggan. Desain interior yang menarik dapat menciptakan kesan yang positif dan dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung. Dalam hal ini, *sensory marketing visual* berkontribusi terhadap *customer satisfaction* di kedai kopi Kulo.
- 2) *Sensory Marketing Auditory* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*  
Dengan menggunakan *sensory marketing auditory* yang efektif, *café* dapat menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Suara musik yang menenangkan dapat menciptakan kesan yang positif dan dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung. Dalam hal ini, *sensory marketing auditory* berkontribusi terhadap *customer satisfaction* di kedai kopi Kulo.
- 3) *Sensory Marketing Taste* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*  
Dengan menggunakan *sensory marketing taste* yang efektif, *café* dapat menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Rasa makanan dan minuman yang enak dapat menciptakan kesan yang positif dan dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung. Dalam hal ini, *sensory marketing taste* berkontribusi terhadap *customer satisfaction* di kedai kopi Kulo.

- 4) *Sensory Marketing Olfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*

Dengan menggunakan *sensory marketing olfaction* yang efektif, *café* dapat menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Aroma yang harum dan unik dapat menciptakan kesan yang positif dan dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung. Dalam hal ini, *sensory marketing olfaction* berkontribusi terhadap *customer satisfaction* di kedai kopi Kulo.

- 5) *Sensory Marketing Haptic* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*

Dengan menggunakan *sensory marketing haptic* yang efektif, *café* dapat menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Tempat yang bersih dan nyaman dapat menciptakan kesan yang positif dan dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung. Dalam hal ini, *sensory marketing haptic* berkontribusi terhadap *customer satisfaction* di kedai kopi Kulo.

## 5.2 Saran

Bersumber dari data hasil penelitian dan kesimpulan, peneliti ingin memberikan beberapa saran. Saran ini ditujukan terhadap penelitian selanjutnya dan institusi pendidikan.

### 5.2.1 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berikut saran yang peneliti berikan untuk penelitian berikutnya dengan topik sejenis:

- 1) Diharapkan peneliti berikutnya mengeksplorasi variabel bebas baru atau tambahan dari di luar variabel *sensory marketing* mempengaruhi *customer satisfaction* dan dapat dikaji oleh peneliti lain, sehingga penelitian berikutnya mendapatkan hasil yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang dapat menambah minat untuk berkunjung ke kedai kopi. Faktor-faktor seperti *customer loyalty*, *behavior intention*, dan *repurchase intention*.

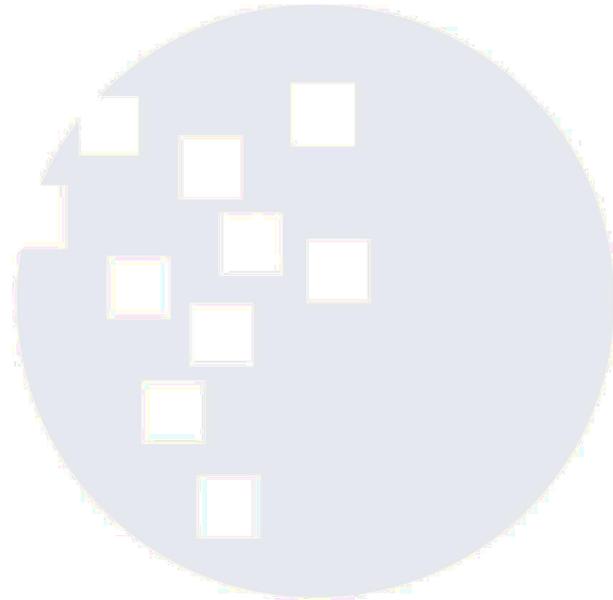
- 2) Penggunaan populasi dan sampel yang berbeda membuat data yang diteliti semakin meluas, tidak terikat pada generasi Z saja.
- 3) Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan pendekatan kualitatif saat melakukan penelitian sehingga data yang diperoleh semakin dalam dan dapat memahami data hasil penelitian secara personal dari partisipan penelitian.
- 4) Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan model yang sama, namun dengan objek yang berbeda.

### 5.2.2 Saran untuk Perusahaan

Berikut saran yang peneliti ingin berikan kepada perusahaan :

- 1) Perusahaan harus melakukan riset yang mendalam mengenai kebutuhan, preferensi, dan harapan pelanggan terhadap fasilitas yang disediakan.
- 2) Sebagai salah satu faktor kunci dalam memberikan layanan yang berkualitas, perusahaan harus memberikan fasilitas yang memadai bagi pelanggannya.
- 3) Perusahaan dapat meningkatkan *sensory marketing* dengan cara menerapkan *sensory marketing* dengan lebih baik lagi dan memberikan fasilitas yang lebih baik lagi.
  - a) Visual kedai kopi sudah cukup baik dan dapat ditingkatkan sedikit di penggunaan warna dapat dibuat lebih beragam dengan penambahan ornament seperti tumbuhan dan lainnya.
  - b) Musik yang diputar di kedai kopi sudah bagus dan harus dipertahankan dari volume musik serta jenis musik yang diputar.
  - c) Untuk taste sudah cukup bagus, namun harus ditingkatkan lagi cita rasa untuk menu kopi lainnya selain menu andalan yaitu avocatto.
  - d) Aroma yang disuguhkan kedai kopi kulo sudah cukup baik, namun bisa ditingkatkan dengan membakar biji kopi dan menaruh biji kopi yang sudah dibakar di berbagai sudut kedai kopi, sehingga dapat meningkatkan aroma biji kopi yang menenangkan.

- e) Haptic atau sentuhan yang terjadi di kedai kopi kulo harus dipertahankan sehingga pelanggan merasa nyaman dan memiliki re- purchase intention.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA