

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

- a. Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan uji t diperoleh hasil bahwa tidak terdapat pengaruh positif customer experience (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y).
- b. Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan uji t diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif Creatifity (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).
- c. Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan uji t diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif Innovation (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y).
- d. Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan uji f diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif Customer Experience, Creatifity, Innovation terhadap kepuasan konsumen (Y).

5.2 SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan :

- a. Bagi Perusahaan

Sebaiknya owner lebih memperhatikan customer experience atau pengalaman pelanggannya supaya informasi yang diberikan oleh pelanggan dapat terwujud dengan baik dan berdampak pada pengalaman berkunjung yang menyenangkan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk lebih mengeksplorasi permasalahan pada obyek tersebut dan dapat menambahkan variabel-variabel baru yang berhubungan dengan kepuasan konsumen pada Happy Moment Studio Mojokerto.