

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan studi literature, berikut adalah hasil kesimpulan yang dapat penulis ambil :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Bauran Pemasaran (X1) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y). Dengan adanya Email Direct Marketing yang menarik, lokasi yang strategis dan terjangkau serta produk dan teknologi baru membuat para pengunjung puas untuk menghadiri pameran Manufacturing Indonesia dikarenakan mereka merasa nyaman, dan mendapatkan pengalaman serta pengetahuan baru akan produk dan teknologi baru yang ada di industri manufacturing.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *experiential marketing* (X2) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y). Bahwa bentuk layout, desain dan informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung tertata dengan baik. Sehingga membuat pengunjung mudah untuk mencari produk dan teknologi baru.
3. Diantara semua variabel tersebut, variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pengunjung adalah variabel Bauran Pemasaran. Hal ini dapat dilihat dari Analisa deskriptif variable bauran pemasaran bahwa tanggapan responden sebesar 67% dan dilihat dari besarnya koefisien beta Bauran Pemasaran sebesar 0.423 yang berarti pada setiap kenaikan sebesar 1% akan menaikkan kepuassan pengunjung sebesar 42.3% . Hal ini karena informasi yang diberikan dalam Email Direct Marketing, dan website membuat pengunjung tertarik untuk menghadiri pameran Manufacturing Indonesia 2018. Lalu para pengunjung setuju bahwa mereka dapat menemukan produk dan teknologi baru dalam pameran Manufacturing Indonesia 2018.

## 5.2 Saran

Saran yang dapat penulis berikan terkait dengan penelitian berikut adalah sebagai berikut :

1. Penyelenggara pameran, hasil perlu memperhatikan seluruh indikator yang terkait dengan kepuasan pengunjung dalam mengunjungi pameran *Manufacturing Indonesia 2018*. Salah satu indikator yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung adalah indikator bauran pemasaran. Penyelenggara perlu memperhatikan setiap dimensi dari bauran pemasaran itu sendiri tidak hanya *4Ps (people, place, promotion & price)*, namun juga dimensi lainnya seperti *process, physical environment, product*, dan lain-lain.
2. *Manufacturing Indonesia* adalah pameran manufaktur internasional terbesar di Indonesia yang menyediakan platform bisnis profesional untuk industri manufaktur Indonesia. Mengingat pameran *Manufacturing* adalah pameran B2B internasional maka pelayanan yang diberikan pun harus bertaraf internasional. Memberikan kenyamanan dan keamanan bagi seluruh pengunjung merupakan kewajiban pihak penyelenggara.
3. Penyelenggara pameran juga perlu meningkatkan kualitas pelayanan, Karena ini merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, terlebih karena sektor pameran merupakan salah satu industri jasa yang mana kualitas pelayanan yang diterima konsumen merupakan salah satu indikator kesuksesan dari penyelenggaraan kegiatan tersebut. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, penyelenggara harus membekali staff pameran dengan pelayanan prima baik sebelum, pada saat, dan setelah penyelenggaraan kegiatan pameran berlangsung.
4. Penyelenggaraan sebuah pameran perlu melakukan inovasi secara terus menerus baik dari segi bauran pemasaran yang terdiri dari unsur produk, harga, tempat, distribusi/promosi, proses, sumber daya manusia dan lain-lain. Serta dari segi kualitas pelayanan. Sehingga pengunjung dapat merasakan manfaat dan pengalaman yang menyenangkan dalam berkunjung ke pameran *Manufacturing Indonesia 2018*. Untuk penelitian selanjutnya, penulis berharap dapat

menguji variabel-variabel lain yang juga dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pameran. Serta dapat mengkaji secara lebih dalam pentingnya bauran pemasaran dan *experiential marketing* bagi pengunjung pameran *Manufacturing Indonesia 2018*.