

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa kualitas *event* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung **diterima**. Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas *event* terhadap kepuasan pengunjung memiliki *Standardized Regression Weight* sebesar 0,367 dan C.R (*critical ratio*) sebesar 3,485 lebih besar dari 1,96 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara hubungan variabel kualitas *event* dengan kepuasan pengunjung, dan *standardized total effect* sebesar 0,367 yang memiliki efek cukup kuat. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kualitas *event* menjadi salah satu faktor yang menyebabkan kepuasan pengunjung pada *event Jakarta Fashion and Food Festival*.
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa pengalaman pengunjung berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung **ditolak**. Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pengalaman pengunjung terhadap kepuasan pengunjung memiliki *Standardized Regression Weight* sebesar 0,162 dan C.R (*critical ratio*) sebesar 1,855 lebih kecil dari 1,96 yang artinya tidak terdapat pengaruh antara hubungan variabel pengalaman pengunjung dengan kepuasan pengunjung, dan *standardized total effect* sebesar 0,162 yang memiliki efek lemah. Sehingga, dapat

disimpulkan bahwa pengalaman pengunjung bukanlah salah satu faktor yang menyebabkan kepuasan pengunjung pada *event Jakarta Fashion and Food Festival*.

3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa *EWOM* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung **diterima**. Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *EWOM* terhadap kepuasan pengunjung memiliki *Standardized Regression Weight* sebesar 0,249 dan *C.R (critical ratio)* sebesar 2,79 lebih besar dari 1,96 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara hubungan variabel *ewom* dengan kepuasan pengunjung, dan *standardized total effect* sebesar 0,249 yang memiliki efek agak kuat. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *EWOM* menjadi salah satu faktor yang menyebabkan kepuasan pengunjung pada *event - Jakarta Fashion and Food Festival*.
4. Hipotesis keempat menyatakan bahwa kepuasan pengunjung berpengaruh positif terhadap loyalitas pengunjung **diterima**. Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengunjung terhadap loyalitas pengunjung memiliki *Standardized Regression Weight* sebesar 0,554 dan *C.R (critical ratio)* sebesar 6,474 lebih besar dari 1,96 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara hubungan variabel kepuasan pengunjung dengan loyalitas pengunjung, dan *standardized total effect* sebesar 0,554 yang memiliki efek kuat. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengunjung menjadi salah satu faktor yang

menyebabkan loyalitas pengunjung pada *event Jakarta Fashion and Food Festival*.

5. Hipotesis kelima menyatakan bahwa kualitas *event* berpengaruh positif terhadap loyalitas pengunjung. **diterima**. Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas *event* terhadap loyalitas pengunjung memiliki *Standardized Regression Weight* sebesar 0,373 dan *C.R (critical ratio)* sebesar 4,41 lebih besar dari 1,96 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara hubungan variabel kualitas *event* dengan loyalitas pengunjung, dan *standardized total effect* sebesar 0,576 yang memiliki efek kuat. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kualitas *event* menjadi salah satu faktor yang menyebabkan loyalitas pengunjung pada *event Jakarta Fashion and Food Festival*.
6. Hipotesis keenam menyatakan bahwa pengalaman pengunjung berpengaruh positif terhadap loyalitas pengunjung **diterima**. Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pengalaman pengunjung terhadap loyalitas pengunjung memiliki *Standardized Regression Weight* sebesar 0,140 dan *C.R (critical ratio)* sebesar 2,404 lebih besar dari 1,96 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara hubungan variabel pengalaman pengunjung dengan loyalitas pengunjung, dan *standardized total effect* sebesar 0,230 yang memiliki efek agak kuat. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengalaman pengunjung menjadi salah satu faktor yang menyebabkan loyalitas pengunjung pada *event Jakarta Fashion and Food Festival*.

7. Hipotesis kedua menyatakan bahwa *EWOM* berpengaruh positif terhadap loyalitas pengunjung **diterima**. Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *EWOM* terhadap loyalitas pengunjung. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *EWOM* menjadi salah satu faktor yang menyebabkan loyalitas pengunjung pada *event Jakarta Fashion and Food Festival*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Secara umum, Jakarta Fashion and Food Festival yang berlangsung di La Piazza, Kelapa Gading merupakan salah satu *event* besar tahunan yang telah diselenggarakan selama 15 tahun. Seiring dengan perkembangan teknologi, popularitas acara ini dari tahun ke tahun kian mengalami peningkatan. Berbagai informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung sudah diberikan oleh pihak penyelenggara melalui *website* maupun *official account social media Jakarta Fashion and Food Festival* itu sendiri.

Walaupun demikian, ternyata masih ada sebagian masyarakat yang belum mengetahui *event* tersebut. Maka dari itu, pemasaran yang dilakukan oleh pihak penyelenggara harus dilakukan dengan masif secara terus-menerus agar pengunjung yang datang nantinya menjadi sangat menunggu keberlangsungan *event* tersebut.

Pihak penyelenggara *Jakarta Fashion and Food Festival* harus meningkatkan kualitas dari segi acara yang diselenggarakan dengan meningkatkan kebersihan lingkungan serta mendesain tata letak booth agar tidak monoton disetiap tahunnya. Selain itu, pihak penyelenggara

disarankan untuk mendatangkan *guest star* di hari *weekend* untuk meningkatkan minat pengunjung untuk datang ke *event* tersebut.

Pengalaman pengunjung pada *event* ini diharapkan dapat memberikan pengalaman berbeda di setiap tahunnya agar pengunjung selalu penasaran dengan apa yang akan mereka rasakan. Maka dari itu, penyelenggara dapat membuat tema yang berbeda agar setiap tahunnya selalu terasa berbeda.

Pengaruh media sosial dan kebiasaan masyarakat yang selalu *update* di zaman sekarang dapat dimanfaatkan oleh pihak penyelenggara agar *electronic word of mouth* dapat berjalan dengan baik dengan cara menyediakan *photo booth* untuk mengabadikan momen bersama keluarga, sahabat, dan kekasih. Selain itu, pihak penyelenggara dapat memberikan diskon untuk setiap foto yang di *post* di media sosial dengan memberikan *hashtag* dan lokasi *event* tersebut guna menyebarkannya secara lebih luas.

Kepuasan pengunjung pada *event* ini sudah menunjukkan hasil yang positif. Sehingga, pihak penyelenggara harus dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan dari berbagai segi.

Pihak penyelenggara dapat meningkatkan loyalitas pengunjung dengan membuat sebuah program kartu *membership* untuk mendapatkan diskon lebih. Dengan demikian, diharapkan pengunjung akan menjadi lebih loyal pada *event* tersebut.

5.2.2 Saran Teoritis

Hasil penelitian adalah suatu hal yang bersifat dinamis atau karena selalu berubah-ubah mengikuti perkembangan zaman dan waktu. Maka dari itu, penelitian ini dapat dilakukan lagi dengan mengubah ataupun menambahkan variabel lain pada obyek penelitian yang sama agar peneliti dapat mengetahui variabel apa saja yang dapat memengaruhi kepuasan pengunjung dan loyalitas pengunjung pada suatu *event*. Selain itu, penelitian ini juga dapat dilakukan selain di *Jakarta Fashion and Food Festival* karena *event food festival* di Jakarta sendiri cukup beragam. Seperti Festival Jajanan Bango, *Go Food Festival*, *Jakarta Culinary Feastival*, dan lain-lain.

Penelitian ini juga dapat diperkuat dengan menambahkan data-data dari berbagai sumber agar hasil didapat menjadi lebih akurat. Selain itu, peneliti yang akan melakukan penelitian setelah ini disarankan untuk melakukan uji multikolinieritas untuk mengetahui adakah hubungan antar variabel bebas.