

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Prilaku modern sekarang membuat sebagian besar orang untuk selalu mengikuti *trend* yang ada, sehingga para pelaku bisnis pun tidak akan mau ketinggalan *trend* tersebut, mereka memanfaatkan tren yang ada sebagai peluang untuk berbisnis. Masyarakat zaman sekarang pergi berkunjung ke *restaurant* bukan hanya untuk menikmati sajian yang dihidangkan oleh *restaurant* namun mereka akan menuntut lebih dari itu, mereka mengharapkan suasana yang bagus sehingga mereka bisa dengan nyamannya berkumpul, belajar, dan bernostalgia dengan keluarga maupun teman-teman sehingga mereka mendapatkan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan berada di *restaurant* tersebut yang nantinya akan berujung kepada niat mereka untuk datang berkunjung kembali ke *restaurant* tersebut, karena pelanggan yang sudah puas dengan sesuatu maka kemungkinan besar mereka akan loyal dan enggan untuk berpindah ke tempat lainnya.

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dari lapangan dengan menyebarkan kuesioner kepada 220 responden. Responden dalam penelitian ini adalah Pengunjung coffee shop di Kota Padang diantaranya *Coffee Toffe*, *Lalito Coffee*, dan *Kubik Koffie* . Penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan antara *restaurant atmosphere* terhadap *customer satisfaction*, *food quality* terhadap *satisfaction*, dan *customer satisfaction*

terhadap *Intention to Revisit* . Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Restaurant Atmosphere* dengan empat dimensi yaitu *Exterior, Restaurant lay out, interior display, general interior* berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction pada *coffee shop* di Kota Padang.
2. Variabel *Food Quality* dengan dua dimensi yaitu *food Freshness* dan *food presentation* berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction *coffee shop* di Kota Padang.
3. Variabel *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Revisit* pada *coffee shop* di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Implikasi dari masing-masing variabel dapat dilihat diuraikan sebagai berikut :

1. *Restaurant atmosphere* merupakan variabel yang lebih memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dibandingkan dengan variabel *food quality* mempengaruhi customer satisfaction pada *coffee shop* di Kota Padang. Sehingga hendaknya menjadi perhatian khusus bagi para pemilik cafe.
2. Bagi para pihak pemilik cafe, penelitian ini mempunyai beberapa hal penting dalam membangun dan meningkatkan kepuasan konsumen. Seseorang akan berniat untuk berkunjung kembali ke cafe tersebut jika ia merasa puas akan pengalamannya berkunjung ke cafe tersebut . Untuk itu, para pemilik cafe

harus mampu mendisign cafenya sehingga mendapatkan *atmosphere* yang baik, dan juga makanan yang berkualitas agar konsumen yang datang akan merasa puas terhadap cafe dan untuk selanjutnya memiliki keinginan untuk datang berkunjung kembali ke cafe tersebut.

3. Jika penelitian diadakan pada tingkat umur yang berbeda maka nantinya hasil penelitian bisa saja akan berbeda.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Beberapa yang perlu menjadi perhatian yaitu :

1. Penelitian ini hanya meneliti mengenai *atmosphere, food quality* terhadap *customer satisfaction* dan *intention to revisit*, walaupun masih terdapat beberapa variabel bebas lainnya yang dapat mempengaruhi *satisfaction* seperti *price, service quality, factor emotion* dan *cost* (Lupiyoadi,2001) dan yang nantinya dapat merangsang niat untuk berkunjung kembali.
2. Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu terbatas sehingga hasil yang di dapatkan mencerminkan situasi pelanggan secara situasional, karena penelitian yang dilakukan ini adalah bersifat trend maka trend tersebut dapat berubah pada masa yang akan datang.

5.4 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang bisa diajukan yaitu:

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Pada penelitian yang akan datang sebaiknya menambahkan variabel bebas lainnya sehingga lebih mampu menjelaskan hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan seperti *price, service quality, factor emotion* dan *cost*

(Lupiyoadi,2001) dan yang nantinya dapat merangsang niat untuk berkunjung kembali.

- b. Responden sebaiknya berasal dari lebih banyak cafe sehingga di dapat hasil yang lebih baik mengingat penelitian ini terbatas hanya pada tiga cafe shop di Kota Padang.

2. Bagi Perusahaan

Berdasarkan analisis jawaban dari responden ada beberapa saran perbaikan yang bisa dilakukan oleh *Coffee Shop* antara lain:

- a. Bagi para pemilik cafe mungkin lebih diperhatikan lagi hal-hal yang dapat menunjang konsumen untuk datang berkunjung dan berkeinginan untuk berkunjung kembali seperti adanya parkir cafe yang memadai sehingga konsumen yang datang tidak perlu lagi merasa kurang puas terhadap parkir cafe, karena parkir cafe yang tidak memadai dapat menyebabkan konsumen berpindah ke cafe yang lain yang mempunyai parkir yang lebih memadai.
- b. Bagi para pemilik cafe perlu menjaga atmosfer cafe dengan empat dimensinya, begitu juga dengan makanannya yang lebih berkualitas lagi sehingga konsumen yang datang akan berniat kembali datang berkunjung. Pemilik cafe juga harus selalu berinovatif untuk memberikan hal-hal baru dan unik terhadap cafenya seperti memberikan *coffee art* yang berbeda-beda sehingga konsumen yang datang tidak akan merasa tertarik dan bosan untuk datang berkunjung.
- c. Jika cafe nantinya akan memberikan promosi berupa *discount* atau yang lainnya maka seharusnya cafe tersebut mampu mengkomunikasikan

informasi tersebut dengan baik kepada karyawannya maupun pelanggannya agar tidak terjadi kesalahan yang nantinya dapat mengurangi kepuasan pelanggan.

d. Sebaiknya sebuah *coffee shop* dapat memberikan aroma yang kuat pada cafenya baik aroma *coffee* maupun aroma *freshness* yang nantinya dapat membuat responden semakin terangsang untuk memesan minuman.

e. Seragam karyawan yang sesuai dengan tema cafe sangatlah penting baik bagi konsumen maupun bagi karyawan itu sendiri, karena jika karyawan tersebut memakai seragam maka karyawan tersebut akan merasa bertanggung jawab atas pekerjaannya, begitupun bagi pelanggan yang melihat karyawan yang memakai seragam hal ini akan menimbulkan kepercayaan terhadap karyawan tersebut, oleh karena itu hendaknya setiap karyawan dapat mengenakan seragam karyawannya.

f. Berdasarkan hasil penelitian maka terlihat adanya indikasi orang dapat mudah berpindah ke cafe yang lain, maka disarankan kepada *coffee shop* ini untuk selalu mengembangkan *relation* bagi pelanggannya.

