

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis penelitian yang ada pada bab IV, kemudian didapatkan kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada keaslian terhadap niat kunjungan kembali *coffee shop* di Kota Payakumbuh. Kemudian dapat diartikan bahwa ketika pelanggan merasakan keaslian seperti merasa bahwa ia terhubung dengan tema *coffee shop*, merasakan pengalaman yang unik, dan dapat menjadi diri sendiri saat berada di *coffee shop* tersebut akan meningkatkan niat mereka untuk melakukan kunjungan kembali.
2. Terdapat pengaruh positif tidak signifikan pada keadilan interpersonal terhadap niat kunjungan kembali *coffee shop* di Kota Payakumbuh. Kemudian dapat diartikan bahwa niat kunjungan kembali pelanggan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh keadilan interpersonal yang dirasakan, hal tersebut dikarenakan pelanggan tidak terlalu memperdulikan keadilan interpersonal yang mereka rasakan seperti tidak memperdulikan sikap pelayan dan kesediaan pelayan dalam memberikan pelayanan saat berada di *coffee shop*.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada pengalaman sebelumnya terhadap niat kunjungan kembali *coffee shop* di Kota Payakumbuh. Kemudian dapat diartikan bahwa ketika pelanggan mendapatkan kesan yang baik pada

kunjungan sebelumnya akan meningkatkan niat mereka untuk melakukan kunjungan kembali ke *coffee shop* yang sama di masa yang akan datang.

4. Terdapat pengaruh signifikan pada keaslian yang dimediasi oleh keterlibatan terhadap niat kunjungan kembali *coffee shop* di Kota Payakumbuh. Kemudian dapat diartikan bahwa ketika pelanggan merasakan keaslian seperti merasa bahwa ia terhubung dengan tema *coffee shop*, merasakan pengalaman yang unik, dan dapat menjadi diri sendiri saat berada di *coffee shop* akan membuat mereka merasa asik, senang, dan terlibat dengan *coffee shop* sehingga akan meningkatkan niat untuk melakukan kunjungan kembali.
5. Terdapat pengaruh tidak signifikan pada keadilan interpersonal yang dimediasi oleh keterlibatan terhadap niat kunjungan kembali *coffee shop* di Kota Payakumbuh. Kemudian dapat diartikan bahwa niat kunjungan kembali pelanggan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh keadilan interpersonal yang dirasakan, hal tersebut dikarenakan pelanggan tidak terlalu memperdulikan keadilan interpersonal yang mereka rasakan seperti tidak memperdulikan sikap pelayan dan kesediaan pelayan dalam memberikan pelayanan sehingga hal tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keterlibatan dan niat kunjungan kembali ke *coffee shop* yang mereka kunjungi.
6. Terdapat pengaruh signifikan pada pengalaman sebelumnya yang dimediasi oleh keterlibatan terhadap niat kunjungan kembali *coffee shop* di Kota Payakumbuh. Kemudian dapat diartikan bahwa ketika pelanggan mendapatkan kesan yang baik pada kunjungan sebelumnya, mereka akan

merasa asik, senang, dan terlibat dengan *coffee shop* sehingga akan meningkatkan niat mereka untuk melakukan kunjungan kembali di masa yang akan datang.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini didasarkan pada konsep bahwa mempertahankan pelanggan yang sudah ada lebih baik daripada menarik pelanggan baru. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan meningkatkan niat pelanggan untuk melakukan kunjungan kembali, dalam konteks ini niat kunjungan kembali pelanggan *coffee shop* di Kota Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keaslian dan pengalaman sebelumnya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat kunjungan kembali. Keaslian dirasakan oleh pelanggan ketika ia merasa terhubung dengan tema *coffee shop*, merasakan pengalaman yang unik, dan dapat menjadi diri sendiri saat berkunjung ke *coffee shop* tersebut. Sedangkan pengalaman sebelumnya mempengaruhi niat kunjungan kembali ketika pengalaman tersebut memberikan kesan yang baik kepada pelanggan.

Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa keadilan interpersonal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat kunjungan kembali, namun penelitian ini memberikan hasil yang berbeda. Penelitian ini menunjukkan bahwa keadilan interpersonal yang dirasakan oleh pelanggan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat kunjungan kembali, hal tersebut disebabkan karena remaja dan orang dewasa tidak terlalu memperdulikan keadilan interpersonal yang mereka rasakan saat berkunjung ke *coffee shop*.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu keaslian, keadilan interpersonal, dan pengalaman sebelumnya terhadap niat kunjungan kembali sebagai variabel dependen memiliki pengaruh sebesar 22.9%, sisanya sebesar 77.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan perlu adanya penelitian lebih dalam terhadap faktor-faktor lain yang mempengaruhi niat kunjungan kembali pelanggan.

5.4 Saran

5.4.1 Bagi Pihak *Coffee Shop*

Berdasarkan hasil penelitian tersebut diharapkan pihak *coffee shop* dapat menentukan pilihan tema yang unik dan menciptakan suasana yang menyenangkan saat pelanggan berkunjung ke *coffee shop* seperti menyediakan *live music* atau menyelenggarakan berbagai *event* yang dapat menarik pelanggan seperti *tournament game* dan lain-lain, hal tersebut disebabkan karena keaslian dan pengalaman sebelumnya yang dirasakan oleh pelanggan saat berkunjung ke *coffee shop* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat mereka untuk melakukan kunjungan kembali. Keaslian yang dirasakan oleh pelanggan muncul ketika pelanggan merasa terhubung dengan tema *coffee shop* dan merasakan pengalaman yang unik saat berkunjung ke *coffee shop*. Selain itu pengalaman sebelumnya yang memberikan kesan baik dan menyenangkan bagi pelanggan akan meningkatkan niat pelanggan tersebut untuk melakukan kunjungan kembali di masa yang akan datang.

Disisi lain diharapkan pihak *coffee shop* tetap mempertahankan kualitas layanan yang mereka berikan namun tidak menjadikannya sebagai fokus utama karena berdasarkan hasil penelitian keadilan interpersonal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat kunjungan kembali pelanggan ke *coffee shop*. Meskipun tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat kunjungan kembali pelanggan, terdapat 2 indikator dalam keadilan interpersonal yang sebagian besar pelanggan setuju bahwa mereka mendapatkan pelayanan yang sopan dan pelayan dapat berkomunikasi dengan baik saat memberikan layanan.

5.4.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keaslian, keadilan interpersonal, dan pengalaman sebelumnya terhadap niat kunjungan kembali memiliki pengaruh sebesar 22.9%, sisanya sebesar 77.1% niat kunjungan kembali pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Besarnya pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini terhadap niat kunjungan kembali pelanggan menunjukkan perlu adanya penelitian lebih dalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi niat kunjungan kembali. Oleh karena itu diharapkan bagi peneliti setelahnya dapat melakukan penelitian lebih dalam untuk mengkaji faktor-faktor tersebut dan menambahkan karakteristik generasi yang berbeda.