

BAB V

PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan dari hasil yang telah disajikan pada bab sebelumnya. Bab ini berisikan keterbatasan penelitian dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini akan merangkum dan membahas tujuan penelitian, yang mana tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel *Store Atmosphere* dan *Store Location* terhadap *Customer Revisit Intention* pada Pengunjung Lalito coffee shop di Kota Padang.

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian terlihat bahwa variabel *store atmosphere* dan *store location* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *revisit intention*. Dari hasil pengujian menggunakan program SmartPLS, maka dapat disimpulkan:

- a. Variabel *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang ditemui peneliti yaitu pengunjung Lalito coffee shop merasa bahwa suasana coffee shop mampu mempengaruhi niat konsumen untuk datang kembali ke coffee shop untuk melakukan pembelian dimasa yang akan datang. Desain atmosfir (*exterior, general interior, store layout* dan *interior display*) di Lalito coffee shop mampu menarik konsumen datang dan mencoba merasakan pengalaman berada didalam coffee shop. Konsumen yang datang akan mengevaluasi pengalaman yang dirasakan ketika berada didalam coffee shop. Dan penelitian menunjukkan bahwa konsumen merasa nyaman dan senang berada didalam coffee shop setelah mereka mengobservasi dan mempertimbangkan kesan yang mereka dapati ketika mereka berkunjung ke Lalito coffee shop.

- b. Variabel *store location* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*.

Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa letak posisi *coffee shop* dapat mempengaruhi responden untuk mengunjungi *coffee shop*. Apabila *coffee shop* terletak di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Konsumen akan tidak akan merasa keberatan untuk datang kembali berkunjung ke *Lalito coffee shop* di masa yang akan datang karena akses menuju *coffee shop* tidak akan menyulitkan konsumen untuk datang.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan *store location* memberikan pengaruh terhadap *customer revisit intention* ada pengunjung *Lalito coffee shop* di Kota Padang.

1. Bagi Akademisi

Penelitian sebelumnya kebanyakan hanya meneliti pengaruh *store atmosphere* terhadap *customer repurchase intention* atau minat beli konsumen. Dan sangat sedikit yang menyadari bahwa apabila suasana toko mampu menarik perhatian konsumen dan konsumen merasa nyaman dan senang serta lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan membuat konsumen tersebut dengan senang hati akan mengunjungi kembali toko tersebut untuk melakukan pembelian di masa yang akan datang. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa suasana toko dan lokasi toko secara signifikan mampu mempengaruhi keinginan konsumen untuk berkunjung kembali.

2. Bagi Praktisi

Pemilik *coffee shop* harus memiliki strategi yang jitu dalam menata desain dan suasana toko dengan unik dan melakukan inovasi-inovasi baru dan berbeda dengan para pesaingnya yang akan meningkatkan citra *coffee shop* di mata konsumen. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pengusaha bisnis kuliner baik jenis *restaurant*

dan *café* dalam usaha meningkatkan tingkat kunjungan konsumen, yaitu: suasana dan tema yang hendak ditampilkan atau ditonjolkan harus benar-benar terkonsep dengan baik, konsisten dan memiliki keunikan yang orisinal. Suasana yang menarik dan lokasi yang strategis membuat

coffee shop tersebut unggul dalam persaingan dengan bisnis sejenis yang produk dan harga yang ditawarkan relatif sama. Pada bagian *exterior*, *Lalito coffee shop* fasilitas parkir harus di atur sedemikian rupa sehingga konsumen yang datang tidak kesulitan memarkir kendaraan. Pada bagian *interior*, *Lalito coffee shop* harus menambah pencahayaan sedemikian rupa namun tidak menghilangkan ciri dan konsep yang ada sehingga dapat membuat konsumen lebih nyaman lagi untuk datang mengunjungi *coffee shop*. Pada bagian *store layout*, *Lalito coffee shop* sebaiknya mengatur jarak spasi antar meja dan kursi agar tidak terlalu rapat agar membuat konsumen lega dan tidak merasa terganggu aktivitasnya. Pada bagian *interior display*, Papan menu sebaiknya di desain lebih inovatif sehingga konsumen dapat melihat jenis-jenis informasi menu dengan lebih jelas lagi Pada variabel *store location*, fasilitas juga memiliki persentase terendah pada hasil penelitian namun dapat dipengaruhi oleh faktor lokasi dan bangunan yang tidak memiliki fasilitas parkir yang memadai. Namun, hal ini dapat ditanggulangi dengan pengaturan parkir kendaraan roda dua dan roda empat dengan baik atau dengan meminta dinas parkir setempat untuk membantu mengatur parkir kendaraan yang datang ke *Lalito coffee shop*. Hal diatas merupakan pernyataan yang memiliki persentase terendah berdasarkan data hasil penelitian dan sebaiknya dapat diperbaiki sehingga menambah tingkat kunjungan dan pembelian konsumen *Lalito coffee shop*.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman yang peneliti alami selama melakukan proses penelitian, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki banyak keterbatasan

yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan untuk penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya mempelajari lebih mendalam tentang 4 elemen dari variabel *store atmosphere* yaitu *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* dan variabel *store location*.
2. Penelitian ini hanya mengambil ruang lingkup pengunjung Lalito *coffee shop* yang berada di Kota Padang.

5.4 Saran

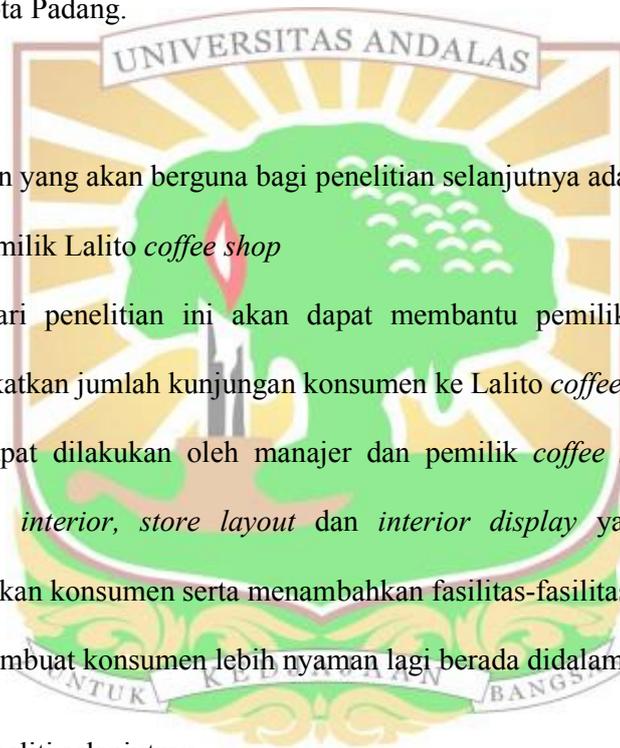
Adapun saran yang akan berguna bagi penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik Lalito *coffee shop*

Hasil dari penelitian ini akan dapat membantu pemilik dan manajer untuk meningkatkan jumlah kunjungan konsumen ke Lalito *coffee shop*. Seperti: Inovasi yang dapat dilakukan oleh manajer dan pemilik *coffee shop* terhadap bagian *exterior*, *interior*, *store layout* dan *interior display* yang dapat menambah ketertarikan konsumen serta menambahkan fasilitas-fasilitas pendukung lain yang akan membuat konsumen lebih nyaman lagi berada didalam *coffee shop*.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat dipengaruhi oleh *store atmosphere* dan *store location* yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti: keputusan pembelian, intensitas pembelian, kepuasan pelanggan dan lain-lain.
- b. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat dipengaruhi oleh *customer revisit intention* yang tidak diteliti dalam



penelitian ini seperti: pengaruh harga, pelayanan, *brand equity*, *words-of-mouth*, *customer emotion* dan lain-lain.

