

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh *servicescape* restoran dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan pada ketiga restoran di Semarang yang menjadi objek studi yakni Restoran The Tavern, Restoran Bowery, dan Restoran A to Z. Pada bagian kesimpulan penelitian ini akan menjelaskan mengenai ringkasan dari hasil penelitian yang diperoleh dari hasil pengujian hipotesis sehingga dapat menjawab rumusan masalah yang disusun sebelumnya.

1. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa *servicescape* restoran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Servicescape* restoran pada ketiga restoran yang menjadi objek studi seperti kondisi ambien, estetika fasilitas, tata letak, peralatan listrik yang disediakan dapat membuat pelanggan memiliki pengalaman yang menyenangkan pada saat berkunjung sehingga merasa puas.
2. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang berupa kehandalan, keberwujudan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang diberikan oleh staf restoran maupun manajemen restoran dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan sehingga merasa puas.

3. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Pelanggan ketika berkunjung pada restoran ketika memiliki pengalaman yang menyenangkan sehingga merasa puas maka akan memiliki minat beli ulang di restoran tersebut di masa yang akan datang dan menginformasikan berita positif kepada orang lain.
4. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa *servicescape* restoran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. *Servicescape* restoran seperti kondisi ambien, estetika fasilitas, tata letak, peralatan listrik yang disediakan dapat membuat pelanggan memiliki minat beli ulang untuk berkunjung kembali di masa yang akan datang dan membagikan informasi positif mengenai *servicescape* restoran kepada orang lain.
5. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Kualitas layanan yang diberikan pihak manajemen restoran dan staf yang meliputi kehandalan, keberwujudan, daya tanggap, jaminan, dan empati dapat membuat pelanggan merasa memiliki minat beli ulang di masa yang akan datang dan membagikan berita positif mengenai kualitas layanan.
6. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat menjadi mediasi antara *servicescape* restoran terhadap minat beli ulang. Dalam hasil pengujian regresi menunjukkan pengaruh tidak langsung *servicescape* restoran melalui kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang lebih besar daripada pengaruh langsung *servicescape* restoran terhadap minat beli ulang.

Maka dengan adanya kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap *servicescape* restoran dapat memaksimalkan rasa minat beli ulang pelanggan di masa yang akan datang.

7. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat menjadi mediasi antara kualitas layanan terhadap minat beli ulang. Dalam hasil pengujian regresi menunjukkan pengaruh tidak langsung kualitas layanan melalui kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang lebih besar daripada pengaruh langsung kualitas layanan terhadap minat beli ulang. Maka dengan adanya kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap *servicescape* restoran dapat memaksimalkan rasa minat beli ulang pelanggan di masa yang akan datang.

5.2.Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

a. Bagi pelaku bisnis

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat diberikan kepada pelaku bisnis khususnya dalam penelitian ini untuk usaha Restoran The Tavern, Restoran Bowery, dan Restoran A to Z serta usaha restoran dengan segmen sejenis. Hasil temuan penelitian yang dilakukan dapat membantu usaha bisnis restoran untuk menciptakan minat beli ulang kepada pelanggan. Pada hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan pentingnya *servicescape* restoran serta kualitas layanan

sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan, dengan semakin meningkatnya kepuasan pelanggan maka diharapkan akan semakin meningkatkan minat beli ulang.

Implikasi manajerial yang dapat dilakukan pada aspek *Servicescape* restoran berdasarkan hasil penelitian menunjukkan rata – rata jawaban responden tertinggi pada dimensi estetika fasilitas. Hasil rata – rata jawaban responden juga didukung oleh pertanyaan terbuka, yang menunjukkan estetika fasilitas memiliki persentase tertinggi pada dimensi *servicescape* restoran. Maka dimensi estetika fasilitas yang menjadi preferensi konsumen tertinggi variabel *servicescape* restoran dalam menentukan kunjungan ke sebuah restoran. *Servicescape* restoran pada dimensi estetika fasilitas yang meliputi dekorasi ruang dan pemilihan warna restoran yang membuat restoran semakin menarik.

Dengan karakteristik responden golongan usia dewasa muda maka dekorasi ruang dan pemilihan warna yang menarik dapat menambahkan dekorasi dengan tema tertentu di hari – hari khusus seperti Hari Tahun Baru Imlek, Hari Kemerdekaan Indonesia, Hari Pahlawan, Hari Natal, Hari Lebaran dan hari besar lainnya yang ada pada tiap bulan yang sekiranya dapat diangkat menjadi dekorasi restoran. Diharapkan dengan adanya tema dekorasi tambahan yang berbeda tiap bulan dapat semakin meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga memiliki minat beli ulang di masa yang akan datang.

Dimensi peralatan listrik memiliki tanggapan responden yang paling rendah variabel *servicescape* restoran berada di dimensi tata letak pada indikator petunjuk yang disediakan oleh pihak restoran. Maka dapat ditambahkan petunjuk – petunjuk ruangan

yang dapat memudahkan pelanggan seperti petunjuk ruang seperti ke toilet, kasir, ruang merokok, maupun dapat ditambahkan petunjuk promo atau acara yang sedang dan akan berlangsung di restoran dengan menggunakan televisi atau lampu LED.

Dengan melihat karakteristik usia responden terbanyak pada usia 19 – 40 tahun yang tergolong usia muda dewasa , maka kecenderungan untuk berpergian dengan membawa gadget seperti laptop, *handphone*, dan lainnya semakin besar. Maka yang perlu diperhatikan dengan adanya penambahan stopkontak pada beberapa meja dan lemari loker stopkontak *charger handphone*. Serta kondisi ambien yang meliputi latar belakang musik agar lagu / musik yang dimainkan dapat selalu mengikuti perkembangan yang sedang tren untuk usia dewasa muda.

Implikasi manajerial yang dapat dilakukan pada aspek Kualitas layanan berdasarkan hasil penelitian menunjukkan rata – rata jawaban responden tertinggi pada dimensi kehandalan. Hasil rata – rata jawaban responden juga didukung oleh pertanyaan terbuka, yang menunjukkan kehandalan memiliki persentase tertinggi pada dimensi kualitas layanan. Maka dimensi kehandalan yang menjadi preferensi konsumen tertinggi variabel kualitas layanan dalam menentukan kunjungan ke sebuah restoran. Pada dimensi kehandalan yang memiliki rata – rata rendah dengan kategori setuju yakni Staf dengan cepat memperbaiki segala sesuatu yang salah.

Maka saran kami dapat diberikan tempat untuk menampung kritik, saran, dan keluhan dari pelanggan dengan memberikan kode *scan QR* di tiap meja pelanggan. Pada karakteristik responden sebagian besar usia dewasa muda maka lebih mudah menyampaikan kritik, saran, dan keluhan melalui media digital daripada kuesioner

konvensional. Dengan adanya *scan QR* diharapkan pelanggan dapat mudah untuk menyampaikan kritik, saran, dan keluhan mengenai kinerja staf maupun kualitas layanan secara keseluruhan. Maka dengan adanya masukan dari pelanggan, pihak restoran dapat membuat perbaikan maupun membuat strategi apabila ada kesalahan yang dibuat oleh pihak staf restoran dapat semakin cepat dalam memperbaiki kesalahan. Saran, kritik, dan keluhan dari pelanggan juga untuk bahan evaluasi manajemen restoran dalam dimensi jaminan untuk menjaga standart layanan kualitas.

Tanggapan responden pada dimensi empati memiliki kategori rata – rata paling rendah dibandingkan dengan dimensi lainnya pada variabel kualitas layanan, maka saran kami dapat ditingkatkan dengan memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Perhatian pribadi bisa berupa penawaran atau promo kepada pelanggan yang berulang tahun pada hari saat berkunjung. Menyediakan sarana dan fasilitas yang memudahkan untuk pelanggan yang disabilitas seperti akses pintu masuk dengan kursi roda dan toilet khusus difabel. Menyediakan meja kursi makan bayi sehingga ketika ada yang berkunjung bersama bayi dapat ditawarkan untuk dipinjamkan.

b. Bagi penelitian selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai *servicescape* restoran dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan, maka saran bagi penelitian selanjutnya sebagai berikut :

1. Penambahan jumlah restoran dan jumlah responden dapat ditambahkan pada penelitian selanjutnya agar memperoleh hasil yang lebih spesifik.

2. Pemilihan beberapa restoran yang dijadikan sebagai studi kasus tidak hanya sebagai objek studi , sehingga dapat dibahas lebih mendalam dengan disertai metode kualitatif sebagai pelengkap dari metode kuantitatif.
3. Berdasarkan uji koefisien determinasi bahwa masih ditambahkan variabel – variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan minat beli ulang. Dengan perkembangan teknologi digital maka dapat dipertimbangkan menambahkan variabel lain seperti efektivitas pemasaran melalui sosial media (misal: instagram) dan *electronic word of mouth* untuk mengetahui pengaruh dengan kepuasan pelanggan dan minat beli ulang.

