

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan analisis data primer mengenai atmosfer (*atmosphere*), nilai yang dirasakan (*perceived value*), dan *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) pada restoran Southbox, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pernyataan hipotesis pertama (H1) diterima. Variabel atmosfer berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Southbox. Pengaruh atmosfer terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4.924 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.972. Dapat dikatakan nilai ini signifikan, untuk itu H1 dapat diterima.
2. Pernyataan hipotesis kedua (H2) diterima. Variabel nilai yang dirasakan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Southbox. Pengaruh nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 9.317 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.972. Dapat dikatakan nilai ini signifikan, untuk itu H2 dapat diterima.
3. Pernyataan hipotesis ketiga (H3) diterima. Variabel *experiential marketing* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Southbox. Pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 12.038 sedangkan nilai  $t_{tabel}$

sebesar 1.972. Dapat dikatakan nilai ini signifikan, untuk itu H3 dapat diterima.

## 5.2 Implikasi

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa atmosfer, nilai yang dirasakan, dan *experiential marketing* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan restoran Southbox yang memiliki implikasi pada peningkatan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan atmosfer, nilai yang dirasakan, dan *experiential marketing*. Berdasarkan hasil yang menjawab permasalahan pada penelitian ini terdapat tiga aspek dalam meningkatkan kepuasan pelanggan restoran Southbox, yaitu:

1. Atmosfer( $X_1$ ) diukur dengan lima dimensi yaitu *exterior*, *sight*, *store layout*, *general interior*, dan *interior displays*. Secara deskriptif, pada kelima dimensi tersebut dikatakan bahwa responden merasa tidak nyaman dengan bangku untuk menunggu ketika restoran Southbox sedang penuh, meja dan kursi yang tersedia di restoran Southbox tidak dapat menampung banyak konsumen yang datang, dan pencahayaan di restoran southbox tidak sesuai. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, restoran Southbox harus meningkatkan atmosfer pada lima aspek tersebut, diantaranya menyediakan bangku yang nyaman untuk menunggu ketika restoran Southbox sedang penuh, menambahkan meja dan kursi yang tersedia di restoran Southbox agar dapat menampung banyak konsumen yang datang, memberikan pencahayaan yang cukup terang.

2. Nilai yang Dirasakan ( $X_2$ ) diukur dengan tiga dimensi yaitu *social value*, *price / value of money*, dan *functional value (performance / quality)*. Secara deskriptif adanya indikasi negatif dari variabel nilai yang dirasakan konsumen restoran Southbox bahwa konsumen merasa harga makanan di restoran Southbox tidak sesuai dengan porsi dan harga di restoran Southbox terlalu mahal dibandingkan dengan restoran lain. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, restoran Southbox menyesuaikan harga makanan dengan porsi yang disediakan dan restoran Southbox juga harus melihat dalam memberikan harga yang cukup terjangkau.
3. *Experiential Marketing* ( $X_3$ ) diukur dengan lima dimensi yaitu *sense*, *feel*, *think*, *act* dan *relate*. Secara deskriptif, pada kelima dimensi tersebut dikatakan bahwa responden merasa restoran Southbox tidak memberikan rasa nyaman, pelayan restoran Southbox tidak ramah, dan alunan musik di restoran Southbox membuat pelanggan tidak betah. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, restoran Southbox seharusnya memberikan rasa nyaman pelanggan dengan cara menyediakan tempat *indoor* agar jika cuaca sedang hujan mempunyai tempat yang nyaman dalam menyantap makanan minuman dan memberikan ruangan terpisah antara perokok dan bukan perokok. Pelayan restoran Southbox harus lebih ramah lagi dalam menjamu konsumen yang datang. Dan yang terakhir dikarenakan konsepnya yang semi outdoor seharusnya suara alunan musik restoran

Southbox dibesarkan agar alunan musik enak didengar dan jelas serta membuat pelanggan betah berlama di restoran.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan, maka dapat diberikan beberapa saran, baik saran secara teoritis maupun secara praktis. Saran-saran tersebut sebagai berikut:

#### 1. Saran Teoretis

- a. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda atau pada industri yang sama dengan jenis yang berbeda seperti *OTW Food Street*, *Eat Happen*, *upnormal*, dan *fueltank* untuk restoran ataupun kafe yang sedang *trend*.
- b. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak dan lebih luas, serta menambahkan beberapa referensi dan *review* penelitian terdahulu yang lebih baru agar hasil penelitian akurat.
- c. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan mengambil responden restoran atau kafe lain di Jakarta ataupun di kota-kota seperti Bandung, Surabaya, Bali, Yogyakarta, dan kota lainnya agar mendapat perbandingan dan menciptakan penelitian baru tentang komparasi bisnis restoran ataupun kafe di Indonesia yang sedang *trend*.
- d. Dalam penelitian mendatang, dapat dilakukan penambahan variabel penelitian seperti *promosi*, *product quality*, *price*, *servicescape*, *location*, *food quality*, *restaurant image*, dan *perceived price* yang

bisa diteliti juga apakah variabel-variabel tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

## **2. Saran Praktis**

- a. Diharapkan restoran Southbox dapat meninjau atmosfer restoran Southbox diantaranya menyediakan bangku yang nyaman untuk menunggu ketika restoran Southbox sedang penuh, menambahkan meja dan kursi yang tersedia di restoran Southbox agar dapat menampung banyak konsumen yang datang, memberikan pencahayaan yang cukup terang sehingga pas membantu jika ada pengunjung yang ingin *berselfie*.
- b. Diharapkan restoran Southbox bisa memberikan harga makanan yang sesuai dengan porsi yang disediakan dan restoran Southbox juga harus melihat dalam memberikan harga yang cukup terjangkau untuk kantong para pelajar/mahasiswa.
- c. Diharapkan restoran Southbox memberikan rasa nyaman pelanggan dengan cara menyediakan tempat *indoor* agar jika cuaca sedang hujan mempunyai tempat yang nyaman dalam menyantap makanan minuman dan memberikan ruangan terpisah antara perokok dan bukan perokok. Pelayan restoran Southbox harus lebih ramah lagi dalam menjamu konsumen yang datang. Dan yang terakhir dikarenakan konsepnya yang semi outdoor seharusnya suara alunan musik restoran Southbox dibesarkan agar alunan musik enak didengar dan jelas serta membuat pelanggan betah berlama di restoran.