

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berikut kesimpulan berdasarkan hasil pada penelitian ini yaitu mengenai pengaruh *meal experience* terhadap minat beli ulang konsumen di Seroja Bake Bandung melalui kepuasan konsumen sebagai mediasi. Berdasarkan tujuan dalam penelitian ini, adapun kesimpulan yang didapat yaitu:

1. Pengalaman makan yang dirasakan konsumen di Seroja Bake Bandung secara keseluruhan dapat dikategorikan sangat baik, karena *meal experience* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *meal experience* yang diberikan Seroja Bake Bandung, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen di Seroja Bake Bandung. Konsumen yang puas akan memiliki niat yang lebih besar untuk datang dan bertransaksi kembali ke Seroja Bake Bandung daripada konsumen yang tidak puas. Dengan demikian, *meal experience* memengaruhi kepuasan konsumen.
2. Seroja Bake Bandung mampu memberikan pengalaman makan yang mampu membuat konsumen untuk berkunjung kembali, karena *meal experience* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang. Selain itu, kualitas bahan baku lokal yang digunakan di Seroja Bake Bandung menjadi nilai tambah. Sehingga pada penelitian ini penggunaan bahan baku lokal pada produk makanan dan minuman memiliki peran yang penting dalam beroperasinya Seroja Bake Bandung.
3. Kepuasan konsumen di Seroja Bake Bandung secara keseluruhan dapat dikategorikan sangat baik, karena kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang. Semakin tinggi kepuasan konsumen yang diberikan oleh Seroja Bake Bandung, maka semakin tinggi pula minat beli ulang di Seroja Bake Bandung. Konsumen akan merasa puas jika sesuatu yang diberikan oleh Seroja Bake Bandung sama dengan yang konsumen harapkan. Hal ini akan meningkatkan sikap positif terhadap

pembelian di Seroja Bake Bandung, sehingga mereka tidak mudah pergi ke toko roti atau kue lain. Mereka akan datang untuk membeli kembali.

4. Kepuasan konsumen mampu memediasi pengaruh *meal experience* terhadap minat beli ulang. Hasil penelitian di atas dapat dikatakan variabel mediasi terhadap variabel independen. Hal ini dapat menunjukkan bahwa peningkatan *meal experience* di Seroja Bake Bandung berdampak pada meningkatnya kepuasan konsumen sehingga membuat konsumen memiliki minat untuk membeli kembali produk di Seroja Bake Bandung berdasarkan pengalaman yang telah dirasakan setelah berkunjung dan melakukan pembelian sebelumnya.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan pada penelitian ini, serta kesimpulan diatas, berikut saran yang dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

a. Praktisi

- 1) Mengacu pada salah satu nilai skor *meal experience* dengan indikator terendah yaitu *location and accessibility* diharapkan untuk Seroja Bake Bandung untuk membuat *parking map* khususnya untuk pengendara mobil, agar memudahkan konsumen dalam berparkir saat ingin berkunjung ke Seroja Bake Bandung.
- 2) Seroja Bake Bandung dapat memperluas strategi penjualan dengan promosi diskon dan menambah media penjualan online seperti Gofood, Grabfood, dan Shopeefood. Tentunya dengan memperhatikan kualitas produk, kemasan, dan penyimpanan.
- 3) Seroja Bake Bandung juga diharapkan dapat menambah varian menu pada minuman dan berkolaborasi dengan komunitas atau wirausaha pada jenis kopi atau teh yang ada di indonesia. Untuk menarik pangsa pasar bagi konsumen yang mengkonsumsi kopi atau teh.

b. Akademisi

Bagi peneliti selanjutnya, dikarenakan hasil penelitian menunjukkan pengaruh langsung dari *meal experience* terhadap minat beli

ulang rendah sebelum dilakukan mediasi, peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan indikator yang berbeda dan teori yang terbaru yang memungkinkan akan menunjukkan hasil yang berbeda. Penulis menyadari bahwa masih banyak keterbatasan dan kekurangan dalam penulisan penelitian ini, maka dari itu penulis berharap akan berkembang nya penelitian di bidang pariwisata yang akan berkembang lebih baik lagi.