

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis metode deskriptif yang dilakukan setelah survei pelanggan di Restoran Atanapi Coffee Camp, diperoleh temuan yang bersifat teoritis dan empiris. Berdasarkan pengujian hipotesis tentang pengaruh *dining experience* terhadap *revisit intention* melalui *customer satisfaction* di Restoran Atanapi Coffee Camp dengan *IBM SPSS AMOS versi 24.0 for Windows* diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Dimensi yang diukur dengan kategori sangat baik dapat menunjukkan gambaran tentang *dining experience*, *customer satisfaction*, dan *revisit intention* ke restoran di Restoran Atanapi Coffee Camp. Kategori ini menunjukkan bahwa tingkat *dining experience*, *customer satisfaction*, dan *revisit intention* ke restoran memperoleh nilai yang sangat baik dari sudut pandang pelanggan.
2. Gambaran *dining experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Teori ini dapat dibuktikan dengan perolehan nilai probabilitas sebesar 0,021, dimana nilai *P-value* $\leq 0,05$.
3. Gambaran *dining experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Teori ini dapat dibuktikan dengan perolehan nilai probabilitas sebesar 0,025, dimana nilai *P-value* $\leq 0,05$.
4. Gambaran *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Teori ini dapat dibuktikan dengan perolehan nilai probabilitas sebesar 0,018, dimana nilai *P-value* $\leq 0,05$.
5. Gambaran *dining experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention* melalui *customer satisfaction*. Teori ini dapat dibuktikan dengan perolehan nilai C.R sebesar 10,147, dimana nilai C.R $\geq 1,967$. Hal yang sama ditunjukkan oleh probabilitas yang diperoleh menunjukkan tingkat signifikansi $< 0,001$, dimana nilai tingkat signifikansi (*P*) $\leq 0,05$. Teori ini juga dapat dibuktikan dengan perolehan nilai *unstandardized total effect* sebesar

0,950 atau sebesar 0,779.

5.2 Rekomendasi

Setelah dilakukan penelitian pada pelanggan Restoran Atanapi Coffee Camp, maka peneliti merekomendasikan:

1. Indikator dari dimensi *revisit intention* dengan persentase penilaian paling kecil adalah *plan to revisit*, maka sebaiknya Restoran Atanapi Coffee Camp memberikan pelayanan yang maksimal dengan kualitas terbaik supaya membuat pelanggan memiliki pengalaman yang mengesankan sehingga pelanggan berkunjung kembali.
2. Indikator dari dimensi *customer satisfaction* dengan persentase penilaian paling kecil adalah *price*, maka sebaiknya Restoran Atanapi Coffee Camp memberikan potongan harga pada hari-hari tertentu atau perayaan hari nasional untuk menarik lebih banyak pelanggan.
3. Indikator dari dimensi *dining experience* dengan persentase penilaian paling kecil adalah *food quality*, maka sebaiknya Restoran Atanapi Coffee Camp menerapkan *sensory marketing* yang fokus memperbaiki *food quality*, yaitu memberikan tampilan, aroma, dan rasa santapan yang nikmat. Peningkatan tampilan yang dimaksud, misalnya dengan pemberian *garnish* pada makanan. Peningkatan rasa yang dimaksud, misalnya dengan penggunaan bahan yang berkualitas pada makanan. Peningkatan rasa santapan yang dimaksud, misalnya penyajian makanan yang higienis dan bersih.
4. Berdasarkan analisis pada penelitian diketahui bahwa *dining experience* berpengaruh positif terhadap *revisit intention* melalui *customer satisfaction*. Sehingga, peneliti menyarankan Restoran Atanapi Coffee Camp menerapkan *sensory marketing* untuk mempertahankan bahkan menaikkan nilai *dining experience*, yaitu terkait *food quality*, *restaurant service quality*, dan *physical environment*. Diharapkan nilai *dining experience* dapat meningkatkan pendapatan restoran dengan peningkatan *revisit intention* dan *customer satisfaction* pada pelanggan.