

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, berikut beberapa hal yang dapat peneliti simpulkan:

1. Persepsi *customer experience* di Chingu Korean Fan Cafe Bandung dinilai sangat baik oleh konsumen. Hal ini terlihat dari mayoritas responden yang sangat setuju terhadap pernyataan dalam lima indikator *customer experience*, yaitu *sense*, *feel*, *think*, *act*, dan *relate*. Indikator *think* memperoleh skor tertinggi, mencerminkan bahwa konsep dan tema kafe dinilai menarik dan kreatif. Sementara itu, indikator *act* mendapat skor terendah, menunjukkan bahwa pengaruh kunjungan terhadap gaya hidup konsumen belum terlalu kuat.
2. Tingkat kepuasan konsumen juga dinilai sangat baik. Mayoritas responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan dari tiga indikator kepuasan konsumen, yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Indikator kesesuaian harapan memperoleh skor tertinggi, menandakan bahwa pengalaman yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen. Sebaliknya, kesediaan merekomendasikan mendapat skor terendah, menunjukkan masih ada peluang untuk meningkatkan keyakinan konsumen dalam menyarankan tempat ini kepada orang lain.
3. Terdapat hubungan yang positif, kuat dan signifikan antara *customer experience* terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis regresi menunjukkan arah koefisien yang positif, dan pengujian korelasi memperkuat adanya hubungan yang kuat antara kedua variabel. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa hubungan tersebut signifikan secara statistik. Selain itu, nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa *customer experience* memiliki kontribusi besar dalam menjelaskan variasi kepuasan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka berikut saran-saran dari peneliti kepada pihak-pihak terkait:

1. Bagi Pengelola Chingu Korean Fan Cafe Bandung

Peneliti menyarankan untuk meningkatkan aspek *act* dalam *customer experience*, misalnya melalui program atau aktivitas yang mendorong konsumen untuk menerapkan gaya hidup modern atau kekinian dengan menambahkan elemen interaktif atau program yang dapat menginspirasi gaya hidup konsumen seperti *workshop* budaya Korea, demo memasak, atau konten media sosial yang mengajak partisipasi langsung dari pengunjung. Peneliti juga menyarankan untuk meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan konsumen dalam merekomendasikan Chingu Korean Fan Cafe Bandung kepada orang lain dengan memaksimalkan testimoni konsumen, program referral, atau memberikan penghargaan kepada konsumen yang aktif merekomendasikan Chingu Korean Fan Cafe Bandung.

2. Bagi Konsumen

Konsumen diharapkan dapat terus memberikan masukan dan ulasan secara jujur kepada pengelola Chingu Korean Fan Cafe Bandung, baik melalui survei maupun media sosial, agar pengalaman yang disediakan dapat terus berkembang dan relevan dengan kebutuhan mereka.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel yang diteliti. Tidak hanya berfokus pada *customer experience*, tetapi juga memasukkan faktor-faktor lain seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga, yang telah terbukti secara teoritis turut memengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu, disarankan untuk menggunakan *mixed methods* agar indikator *customer experience* dapat diketahui secara lebih mendalam, baik dari segi kuantitatif maupun kualitatif. Cakupan lokasi penelitian juga dapat diperluas ke beberapa tempat atau jenis usaha sejenis agar hasil penelitian memiliki daya generalisasi yang lebih kuat. Dengan pendekatan yang lebih mendalam diharapkan penelitian ke depan dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang membentuk kepuasan konsumen.