

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan positif yang signifikan pada persepsi terhadap *store atmosphere* dengan loyalitas konsumen di Giggle Box Café & Resto Progo. Hal tersebut didapatkan dari nilai koefisien korelasi 0.506 dimana nilai tersebut masuk dalam kategori sedang. Jika, persepsi konsumen terhadap *store atmosphere* semakin baik maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen. Sebaliknya, jika persepsi konsumen terhadap *store atmosphere* semakin buruk maka semakin rendah pula loyalitas konsumen tersebut.
2. Terdapat hubungan positif yang signifikan pada *quality service* dengan loyalitas konsumen di Giggle Box Café & Resto Progo. Hal tersebut didapatkan dari nilai koefisien korelasi 0.576 dimana nilai tersebut masuk dalam kategori sedang. Jadi, jika *service quality* suatu restoran semakin baik maka semakin baik pula loyalitas konsumen pada restoran tersebut. Sebaliknya, jika jika *service quality* suatu restoran semakin buruk maka semakin buruk pula loyalitas konsumen tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran-saran kepada :

1. Giggle Box Café & Resto Progo

a. Persepsi Terhadap *Store Atmosphere*

- 1) Hubungan positif yang signifikan pada persepsi terhadap *store atmosphere* dengan loyalitas konsumen. Giggle Box perlu meningkatkan *store atmosphere* jika ingin meningkatkan loyalitas konsumennya.
- 2) *Store atmosphere* yang dipersepsikan netral adalah *general interior* meliputi *colours* dan *lighting*, *scent* dan *sound*, *fixtures*, *temperature*, *personel*, *merchandise*, *price*, *cleanliness*. Loyalitas konsumen akan lebih tinggi apabila Giggle Box dapat mempertahankan *general interior* yang ada atau lebih baik jika ditingkatkan sesuai kebutuhan konsumen.
- 3) *Store atmosphere* yang dipersepsikan negatif adalah *exterior* (*marquee*, *uniqueness*, dan *parking*) dan *store layout*. Berdasarkan item penelitian, peneliti menyarankan untuk meningkatkan *exterior* Giggle Box, salah satunya dengan memperhatikan tata letak papan nama untuk memudahkan konsumen menemukan restoran ini. Selain itu, untuk meningkatkan *store layout* dengan merubah tata letak *furniture* dan penempatan *smoking area* yang lebih baik dan sesuai kebutuhan konsumen.

b. Persepsi Terhadap *Service Quality*

- 1) Hubungan positif yang signifikan pada persepsi terhadap *service quality* dengan loyalitas konsumen. Giggle Box perlu meningkatkan *service quality* jika ingin meningkatkan loyalitas konsumennya
- 2) *Service quality* yang dipersepsikan negatif adalah *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Berdasarkan hasil analisis, peneliti menyarankan untuk lebih meningkatkan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan secara cepat, meningkatkan kepercayaan pelanggan, serta berusaha lebih untuk memahami masalah para pelanggannya.

c. Loyalitas Konsumen

- 1) Loyalitas konsumen yang dipersepsikan negatif adalah *repeat purchase*, *refers others* dan *immunity*. Berdasarkan penilaian negatif konsumen tersebut peneliti menyarankan untuk meningkatkan pembelian berulang konsumen dengan membuat strategi agar konsumen dapat lebih merefrensikan Giggle Box Café & Resto pada orang lain, serta ketahanan konsumen terhadap daya tarik restoran lain sebagai salah satu bentuk upaya meningkatkan loyalitas konsumen.

2. Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti berharap kedepannya bila memilih tempat penelitian di Giggle Box Café & Resto supaya lebih mengembangkan penelitian ini dengan membandingkan setiap cabang Giggle Box Café & Resto yang ada di Bandung.
- b. Peneliti berharap item-item yang digunakan lebih dalam menggali setiap dimensi.

- c. Peneliti berharap selanjutnya jika menggunakan variabel yang sama sebaiknya memilih tempat penelitian yang lain supaya hasil yang didapat lebih bervariasi.