

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *Path Analysis* mengenai pengaruh *experiential value* terhadap *customer satisfaction* serta dampaknya pada *customer loyalty* (survey pada pengunjung cafe dan resto bertema “*western*” di Kota Bandung) maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran *experiential value*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada pengunjung cafe dan resto bertema “*western*” di Kota Bandung menunjukkan bahwa penerapan *experiential value* yang dilaksanakan oleh cafe dan resto, dinilai oleh sebagian pengunjung termasuk pada kategori yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan *experiential value* telah dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan. Indikator *customer satisfaction* yang memiliki penilaian paling tinggi menurut pengunjung cafe dan resto bertema “*western*” di Kota Bandung adalah tingkat kepuasan keseluruhan setelah mengkonsumsi produk. Sedangkan indikator dengan penilaian terendah yaitu kepuasan terhadap pengalaman yang dirasakan oleh pengunjung. Indikator *customer loyalty* yang memiliki penilaian paling tinggi pengunjung cafe dan resto bertema “*western*” di Kota Bandung adalah keinginan untuk merekomendasikan merek kepada orang lain. Sedangkan indikator dengan penilaian terendah yaitu keinginan melakukan pembelian ulang.
2. Pengaruh *experiential value* terhadap *customer satisfaction* serta dampaknya pada *customer loyalty*

Hasil penelitian yang dilakukan pada pengunjung cafe dan resto bertema “*western*” di Kota Bandung memiliki pengaruh positif dan tinggi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi penerapan *experiential value* yang menghubungkan antara cafe dan resto bertema “*western*” dan para pengunjung, maka akan semakin tinggi *customer satisfaction* sehingga

menciptakan *customer loyalty* pada cafe dan resto bertema “*western*” tersebut. Menunjukkan bahwa semakin pengguna merasa puas, semakin ia ingin melakukan pembelian ulang.

3. *Experiential value* terhadap *customer satisfaction*

Customer satisfaction diukur berdasarkan kepuasan terhadap bentuk baik secara fisik maupun non fisik terhadap pengalaman dalam mengunjungi cafe dan resto bertema “*western*”, kepuasan terhadap pengalaman selama mengunjungi cafe dan resto bertema “*western*” di Kota Bandung, kepuasan terhadap makanan dan minuman yang diwarkan, kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan, kepuasan terhadap suasana dan kepuasan terhadap hiburan atau acara tambahan yang mempengaruhi tingkat emosional pengunjung. Penerapan *experiential value* yang dilaksanakan oleh cafe dan resto bertema “*western*” di Kota Bandung dinilai mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan *experiential value* telah dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan yang memberikan nilai pengalaman tersebut. Dimensi dari *experiential value* yang paling tinggi yaitu *restaurant atmosphere* karena berkaitan dengan keseluruhan bentuk fisik.

4. *Experiential value* terhadap *customer loyalty*

Loyalitas pelanggan diukur berdasarkan dari berdasarkan keinginan menggunakan lini produk dari merek yang digunakan, keinginan membeli produk dan jasa cafe dan resto bertema “*western*”, keinginan melakukan pembelian ulang, keinginan untuk merekomendasikan cafe dan resto pada orang lain, keinginan untuk tidak berpindah merek, kerelaan membayar mahal, dan komitmen untuk setia pada cafe dan resto. Pengalaman yang dirasakan oleh pengunjung cafe dan resto bertema “*western*” di Kota Bandung secara positif mempengaruhi loyalitas pelanggan.

5. *Customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*

Kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung cafe dan resto bertema “*western*” di Kota Bandung berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai *experiential value* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*, yaitu:

1. Penerapan *experiential value* yang telah dilakukan cafe dan resto bertema “*western*” secara menyeluruh memiliki pengaruh positif dan signifikan serta dikategorikan baik pengaruhnya terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*, tetapi terdapat hal yang perlu dilakukan perbaikan yaitu perlu diperhatikan kembali adalah *food quality* yang ditawarkan oleh cafe dan resto. Pengunjung cafe dan resto bertema “*western*” paling menyukai suasana restoran yang ditampilkan melalui desain interior maupun eksterior dan lokasi yang berada di sekitaran restoran. Mengingat kebiasaan dari masyarakat Indonesia yang senang memotret aktifitas dan kejadian disekitarnya menjadi peluang bagi cafe dan resto untuk menjadikan suasana cafe dan resto sebagai salah satu faktor untuk memberikan pengalaman yang menarik. Selain itu, suasana yang ditampilkan oleh cafe dan resto dapat menciptakan perasaan senang. Peneliti menyarankan cafe dan resto harus memperhatikan kualitas makanan sesuai dengan tema cafe dan resto tersebut, yaitu tema “*western*” karena rasa yang diberikan dari makanan “*western*” berbeda dengan makanan lokal yang memiliki cita rasa dan tampilan yang khas. Sehingga cafe dan resto bertema “*western*” harus lebih kreatif dalam mengolah makanan tanpa merubah ciri khas “*western*” pada makanan. Selanjutnya keterampilan pemasar profesional di cafe dan resto tersebut yang paling menonjol adalah kemampuan untuk menciptakan suasana yang memberikan nilai pengalaman untuk pengunjung.
2. Tanggapan pengguna terhadap indikator-indikator *customer satisfaction* cukup baik, namun masih terdapat indikator yang harus diperbaiki yaitu pada dimensi pengalaman yang dirasakan pengunjung cafe dan resto bertema “*western*” di Kota Bandung. *Experience* lebih timbul ketika pengunjung mendapatkan pengalaman yang lebih melalui aktivitas-aktivitas tambahan yang disediakan oleh perusahaan. Perusahaan harus mampu menciptakan kegiatan tambahan

yang dapat memberikan pengalaman menarik bagi konsumen. Peneliti menyarankan cafe dan resto bertema “*western*” untuk mengadakan acara tambahan atau acara hiburan, seperti konser mini, *live* musik dan lain-lain. Dengan adanya acara tambahan atau hiburan diharapkan dapat memberikan nilai pengalaman lebih dan tidak membuat pengunjung merasa bosan.

3. Tanggapan pengguna terhadap indikator-indikator *customer loyalty* cukup baik, adapun masih terdapat indikator yang harus diperbaiki yaitu pada kerelaan untuk membayar mahal. Kecenderungan harga yang mahal pada cafe dan resto bertema “*western*” membuat pengunjung merasa keberatan untuk membayar sehingga pengunjung berpikir ulang untuk kembali membeli produk tersebut. Saran dari peneliti yaitu cafe dan resto dengan tema ini harus menyesuaikan harga dengan produk yang diawarkan dan memperhatikan kualitas produk. Pengunjung sebaiknya diberi informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga pengunjung tidak keberatan dengan harga yang mahal. Hal ini dikarenakan pengunjung akan terlebih dahulu melihat harga makanan, setelah itu baru menyantap makanan yang telah dipesan, apabila harga tersebut tidak sesuai dengan harapan maka pengunjung merasa keberatan untuk membayar mahal.
4. Hasil penelitian menyatakan *experiential value* berpengaruh secara positif dalam meningkatkan *customer satisfaction*, dan *customer satisfaction* merupakan langkah utama pembentukan *customer loyalty*. Artinya jika *experiential value* baik maka *customer satisfaction* akan semakin tinggi dan semakin tingginya *customer satisfaction* akan berdampak pada tingginya pula *customer loyalty*. Maka, penulis merekomendasikan agar cafe dan resto bertema “*western*” dapat terus berinovasi dan meningkatkan kreatifitas daam menerapkan *experiential value* pada perusahaan mengingat setiap tahunnya banyak bermunculan cafe dan resto yang baru.

Saran yang bisa diterapkan oleh cafe dan resto terkait strategi *experiential value* ini adalah, (a) *food quality*, memperbaiki kualitas makanan baik dari segi rasa maupun tampilan dan disesuaikan dengan harga, sehingga harga yang diberikan tidak membuat pengunjung merasa keberatan, (b) *service*, pelayanan

adalah kegiatan yang dapat dirasakan secara langsung oleh pengunjung. Perusahaan harus meningkatkan pelayanan sehingga memberikan kesan positif pada pengunjung. Menjaga hubungan dengan pelanggan dengan cara selalu mem*follow-up* dan melayani dialog dengan pengunjung dan menyediakan juga insentif, dan informasi produk serta pelayanan yang ditawarkan, (c) *entertainment* dan *additional event* menyelenggarakan *event, trade show, festival, live music* dan *gathering* di cafe dan resto. Hal ini akan menciptakan rasa tertarik dan *enjoy*. Adapun, hal yang perlu diperhatikan dalam strategi *experiential value* ini adalah *consumer-centric*, artinya perusahaan harus memfokuskan lebih banyak aktivitasnya terhadap pengunjung daripada sekedar terhadap produk. Selanjutnya, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar untuk dilakukannya penelitian lain mengenai *experiential value* tetapi dengan indikator serta objek yang berbeda. Kelemahan pada penelitian ini diantaranya adalah penelitian yang dilakukan pada satu waktu (*cross sectional*) sehingga ada kemungkinan perilaku individu berubah dari waktu ke waktu. Selain itu variabel yang digunakan dalam penelitian ini belum mewakili semua faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas.