

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan regresi linier sederhana mengenai pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan (survey pada pengunjung restoran bertema lokal Riung Sari, Raja Sunda, dan Manjabal 2 di Kota Bandung), maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai penerapan *store atmosphere* yang dilaksanakan oleh restoran bertema lokal Riung Sari, Raja Sunda, dan Manjabal 2, dinilai oleh sebagian pengunjung restoran, termasuk pada kategori sedang. Penerapan *store atmosphere* telah dilaksanakan dengan cukup baik oleh restoran yang memberikan nilai pengalaman tersebut. Dimensi dari *store atmosphere* yang paling tinggi yaitu *ambient factor* karena berkaitan dengan suhu udara, pencahayaan, aroma dan musik yang dirasakan langsung oleh konsumen. Dimensi yang terendah yaitu *design factor*, dimana menunjukkan bahwa desain pada restoran yang ditawarkan restoran masih dinilai rendah.
2. Gambaran mengenai loyalitas pelanggan restoran bertema lokal Riung Sari, Raja Sunda, dan Manjabal 2 termasuk pada kategori sedang. Dimensi loyalitas pelanggan yang memiliki penilaian paling tinggi dari pengunjung restoran bertema lokal Riung Sari, Raja Sunda, dan Manjabal 2 di Kota Bandung adalah dimensi *refers to other* dikarenakan para pengunjung yang sudah pernah membeli produk dan jasa restoran bertema lokal merasakan nilai positif sehingga merekomendasikannya ke pengunjung baru. Dimensi dengan penilaian terendah yaitu *purchase across product and service line* dikarenakan pengunjung restoran bertema lokal Riung Sari, Raja Sunda, dan Manjabal 2 di Kota Bandung tidak membeli produk lain dan masih kurang rela membayar mahal pada produk yang ditawarkan.

3. *Store atmosphere* memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dengan pengaruh yang sedang. Semakin baik penerapan *store atmosphere* yang menghubungkan antara restoran bertema lokal dan para pengunjung, maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan terhadap restoran tersebut. Pengaruh positif antara *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan yang terhitung sedang. Menunjukkan bahwa semakin pengguna merasa puas, semakin ia ingin melakukan pembelian ulang.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan, yaitu:

1. Penerapan *store atmosphere* yang telah dilakukan restoran bertema lokal secara menyeluruh memiliki pengaruh positif dan signifikan serta dikategorikan baik pengaruhnya, tetapi terdapat hal yang perlu diperbaiki yaitu *design factor* yang ditawarkan oleh restoran. Pengunjung restoran bertema lokal paling menyukai suasana restoran yang ditampilkan melalui desain interior maupun eksterior. Mengingat kebiasaan dari masyarakat Indonesia yang senang mengabadikan aktivitas dan kejadian disekitarnya menjadi peluang bagi restoran untuk menjadikan suasana restoran sebagai salah satu faktor untuk memberikan suasana lingkungan yang menarik. Selain itu, suasana yang ditampilkan oleh restoran dapat menciptakan perasaan senang. Peneliti menyarankan restoran harus berinovasi dengan desain *store atmosphere* agar sesuai dengan perkembangan jaman dan tema restoran lokal, karena suasana yang diberikan dari restoran bertema lokal berbeda dengan restoran lain yang memiliki tampilan yang khas. Sehingga restoran bertema lokal harus lebih kreatif dan inovatif dalam mengolah desain *store atmosphere* tanpa merubah ciri khas restoran bertema lokal.
2. Tanggapan pengguna terhadap dimensi loyalitas pelanggan cukup baik, adapun terdapat dimensi yang harus diperbaiki yaitu pada kerelaan membayar mahal atas produk dan jasa di restoran bertema lokal. Kecenderungan harga yang mahal pada restoran bertema lokal membuat pengunjung merasa keberatan untuk membayar

sehingga pengunjung berpikir ulang untuk kembali membeli produk tersebut. Saran dari peneliti yaitu restoran dengan tema ini harus menyesuaikan harga dengan produk yang ditawarkan. Pengunjung sebaiknya diberi informasi mengenai harga produk yang ditawarkan oleh restoran sehingga pengunjung tidak keberatan dengan harga yang mahal. 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.

3. Hasil penelitian menyatakan *store atmosphere* berpengaruh secara positif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Maka, penulis merekomendasikan agar restoran bertema lokal Riung Sari, Raja Sunda, dan Manjabal 2 dapat terus berinovasi dan meningkatkan kreativitas dalam menerapkan *store atmosphere* pada perusahaan mengingat setiap tahunnya banyak bermunculan restoran bertema lokal yang baru.

Saran yang bisa diterapkan oleh restoran terkait strategi *store atmosphere* ini adalah, (a) *ambient factor*, terdiri dari pencahayaan, musik, suhu udara, dan wewangian/aroma yang dapat dirasakan langsung oleh konsumen, oleh karena itu restoran harus terus meningkatkannya agar para konsumen merasa puas dengan unsur-unsur yang terkandung dalam *ambient factor*, (b) *design factor*, merupakan fungsi keindahan atau estetik dari sebuah restoran yang tercermin melalui arsitekturnya, perpaduan warna, desain eksterior maupun interior, dan dekorasi. Unsur-unsur *design factor* merupakan inti dari sebuah restoran maka dari itu unsur-unsur *design factor* harus selalu kreatif dan inovatif dalam mengikuti perkembangan jaman agar para konsumen selalu dapat dimanjakan dengan *design factor* yang kreatif dan inovatif, (c) *social factor* merupakan faktor yang berkenaan dengan perilaku karyawan, interaksi sosial dan bahasa yang digunakan karyawan. Konsep lingkungan sosial berhubungan dengan pengaruh orang lain terhadap konsumen yang harus dijaga agar konsumen merasa selalu dihargai. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar untuk dilakukannya penelitian lain mengenai *store atmosphere* tetapi dengan indikator serta objek yang berbeda.

