

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat berkunjung kembali pengunjung Warung Sepur Klotok, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. *Restaurant atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali pada Warung Sepur Klotok. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *restaurant atmosphere* yang dirasakan konsumen, maka akan meningkatkan niat berkunjung kembali.
2. *Food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali pada Warung Sepur Klotok. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *food quality* yang dirasakan konsumen, maka akan meningkatkan niat berkunjung kembali.
3. *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali pada Warung Sepur Klotok. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *service quality* yang dirasakan konsumen, maka akan meningkatkan niat berkunjung kembali.
4. *Restaurant atmosphere, food quality, dan service quality* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali pada Warung Sepur Klotok. Hal ini menunjukkan

bahwa ketiga variabel tersebut apabila ditingkatkan secara bersamaan akan mampu mendorong niat berkunjung kembali.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan prosedur penelitian yang telah ditetapkan. Namun, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Keterbatasan tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen, yaitu *restaurant atmosphere*, *food quality*, dan *service quality*. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi niat berkunjung kembali sebesar 55,1% berdasarkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,551. Artinya, masih terdapat 44,9% variasi niat berkunjung kembali yang belum dapat dijelaskan oleh ketiga variabel dalam model penelitian. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kemungkinan faktor lain di luar model yang turut berkaitan dengan niat berkunjung kembali, seperti harga, lokasi, citra merek, promosi, atau faktor lainnya yang tidak diuji dalam penelitian ini. Oleh karena itu, hasil penelitian belum dapat memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai seluruh faktor yang dapat memengaruhi niat berkunjung kembali konsumen.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu objek penelitian, yaitu Warung Sepur Klotok, yang baru mengalami transformasi konsep secara signifikan pada tahun 2025. Kondisi tersebut membuat hasil penelitian lebih menggambarkan persepsi konsumen terhadap Warung Sepur Klotok pada

periode penelitian. Oleh karena itu, penerapan hasil penelitian pada restoran lain perlu dilakukan secara hati-hati, terutama pada restoran yang memiliki konsep, karakteristik konsumen, maupun tahap perkembangan usaha yang berbeda.

3. Penelitian ini menggunakan 100 responden dengan karakteristik yang didominasi oleh kelompok usia 17–25 tahun sebesar 88% dan pelajar/mahasiswa sebesar 63%. Komposisi responden tersebut belum sepenuhnya mencerminkan keragaman karakteristik konsumen Warung Sepur Klotok. Dominasi kelompok usia muda menyebabkan hasil penelitian lebih banyak merepresentasikan persepsi dan pengalaman konsumen pada kelompok tersebut dibandingkan kelompok usia lainnya. Oleh karena itu, hasil penelitian belum tentu menggambarkan persepsi konsumen secara menyeluruh, khususnya konsumen dari kelompok usia dan latar belakang pekerjaan yang memiliki proporsi lebih kecil dalam penelitian ini.
4. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang bersifat *self-report*, sehingga jawaban yang diberikan responden sangat bergantung pada persepsi dan pengalaman subjektif masing-masing individu. Selain itu, pengalaman konsumen dapat berbeda berdasarkan kondisi restoran pada saat kunjungan. Hal tersebut menjadi relevan karena Warung Sepur Klotok menerapkan sistem prasmanan, sehingga kondisi seperti ketersediaan makanan, tingkat keramaian, maupun pelayanan yang diterima konsumen dapat berbeda antara satu waktu kunjungan dengan waktu lainnya. Dengan demikian, jawaban responden dapat mencerminkan

kondisi yang mereka alami pada saat tertentu dan belum tentu sepenuhnya menggambarkan pengalaman konsumen pada kondisi kunjungan yang berbeda.

5. Penelitian ini menggunakan pendekatan *cross-sectional*, sehingga data dikumpulkan pada satu periode waktu tertentu. Pendekatan tersebut belum memungkinkan penelitian untuk mengamati perubahan persepsi konsumen dan niat berkunjung kembali dalam jangka waktu yang lebih panjang. Keterbatasan ini menjadi penting karena Warung Sepur Klotok masih berada dalam proses pengembangan konsep setelah transformasi pada tahun 2025. Seiring dengan perubahan dan penyempurnaan yang dilakukan oleh restoran, persepsi konsumen terhadap suasana restoran, kualitas makanan, maupun kualitas pelayanan dapat mengalami perubahan. Oleh karena itu, penelitian dalam jangka waktu yang lebih panjang dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perkembangan niat berkunjung kembali konsumen.

5.3 Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak manajemen Warung Sepur Klotok dalam mempertahankan dan meningkatkan niat berkunjung kembali konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, *food quality* memiliki pengaruh paling dominan terhadap niat berkunjung kembali, diikuti oleh *restaurant atmosphere* dan *service quality*. Oleh karena itu, upaya peningkatan dapat dilakukan dengan

mempertahankan kualitas makanan sebagai kekuatan utama, menjaga keunikan suasana restoran, serta meningkatkan kualitas pelayanan yang masih dapat dikembangkan.

1. *Restaurant Atmosphere* Berpengaruh Positif Terhadap Niat Berkunjung Kembali

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *restaurant atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keunikan suasana Warung Sepur Klotok tidak hanya menjadi daya tarik bagi konsumen untuk melakukan kunjungan pertama, tetapi juga berperan dalam mendorong keinginan konsumen untuk kembali berkunjung. Temuan ini menunjukkan bahwa karakteristik fisik yang menjadi identitas Warung Sepur Klotok masih memiliki daya tarik bagi konsumen meskipun sebagian besar elemen tersebut bersifat relatif tetap.

Bangunan bekas Stasiun Soka, konsep semi *outdoor*, keberadaan pepohonan, serta pengalaman melihat kereta yang sesekali melintas merupakan karakteristik yang membedakan Warung Sepur Klotok dari restoran lainnya. Elemen-elemen tersebut perlu dipertahankan sebagai identitas utama restoran. Dengan demikian, pengembangan *restaurant atmosphere* sebaiknya tidak dilakukan dengan mengubah karakter utama restoran, tetapi dengan memperkuat dan merawat elemen yang telah menjadi daya tarik bagi konsumen.

Di sisi lain, karena sebagian besar daya tarik utama berasal dari elemen fisik yang relatif tetap, penyegaran pada elemen yang dapat diperbarui tetap diperlukan agar pengalaman konsumen tidak terasa monoton, terutama bagi konsumen yang telah beberapa kali berkunjung. Penyegaran dapat dilakukan melalui penataan dekorasi sederhana pada momen tertentu, pengaturan pencahayaan pada malam hari, serta penataan area terbuka agar terlihat lebih terawat dan nyaman. Berdasarkan kondisi di lapangan, area sekitar restoran memang cukup rindang, tetapi masih terdapat bagian yang memberikan kesan seperti pekarangan yang belum sepenuhnya tertata sebagai area makan *outdoor*. Oleh karena itu, penataan tanaman, kebersihan, dan area sekitar dapat menjadi bagian dari upaya memperkuat suasana restoran tanpa menghilangkan karakter alaminya.

Dengan demikian, pihak manajemen tidak perlu mengubah konsep utama Warung Sepur Klotok hanya untuk menciptakan suasana baru. Mempertahankan keaslian bangunan bekas stasiun dan pengalaman melihat kereta melintas menjadi hal yang penting, sedangkan penyegaran dapat difokuskan pada elemen pendukung yang lebih mudah diperbarui. Strategi tersebut diharapkan dapat menjaga agar keunikan Warung Sepur Klotok tidak hanya menjadi daya tarik karena rasa penasaran pada kunjungan pertama, tetapi tetap

memberikan pengalaman yang menarik bagi konsumen yang melakukan kunjungan kembali.

2. *Food Quality* Berpengaruh Positif Terhadap Niat Berkunjung Kembali

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *food quality* memiliki pengaruh paling dominan terhadap niat berkunjung kembali. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas makanan menjadi pertimbangan yang kuat bagi konsumen dalam menentukan keinginan untuk kembali ke Warung Sepur Klotok. Oleh karena itu, pihak manajemen perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas makanan, terutama pada aspek kesegaran, tampilan, cita rasa, dan konsistensi makanan yang disajikan.

Sistem prasmanan yang diterapkan Warung Sepur Klotok memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melihat langsung makanan sebelum memilihnya. Kondisi tersebut menjadi keunggulan sekaligus tantangan bagi restoran karena penilaian konsumen terhadap makanan dapat terbentuk sebelum makanan dikonsumsi. Makanan yang terlihat segar, bersih, dan menarik dapat memberikan kesan positif kepada konsumen. Sebaliknya, makanan yang mulai mengalami perubahan tampilan selama berada di area penyajian dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas makanan secara keseluruhan.

Oleh karena itu, pihak manajemen perlu melakukan pemantauan secara berkala terhadap kondisi makanan selama jam operasional, terutama pada saat restoran ramai maupun ketika makanan telah cukup lama berada di area prasmanan. Pengisian ulang makanan juga perlu dilakukan dengan memperhatikan kondisi hidangan yang tersedia, sehingga makanan yang disajikan kepada konsumen tetap terlihat segar dan menarik. Dengan demikian, keunggulan sistem prasmanan dapat tetap dipertahankan sekaligus memastikan kualitas visual makanan tetap terjaga selama jam operasional.

Selain tampilan dan kesegaran, konsistensi cita rasa juga perlu menjadi perhatian. Konsumen yang telah memperoleh pengalaman positif pada kunjungan sebelumnya akan memiliki harapan terhadap kualitas makanan yang serupa ketika kembali berkunjung. Oleh karena itu, penggunaan bahan baku yang baik dan proses pengolahan makanan yang konsisten perlu dipertahankan agar cita rasa makanan tidak mengalami perubahan yang berarti dari satu kunjungan ke kunjungan berikutnya. Dengan mempertahankan kesegaran dan tampilan makanan serta menjaga konsistensi cita rasa, *food quality* dapat terus menjadi salah satu kekuatan utama Warung Sepur Klotok dalam mendorong konsumen untuk berkunjung kembali.

3. *Service Quality* Berpengaruh Positif Terhadap Niat Berkunjung Kembali

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung. Meskipun memiliki pengaruh paling rendah dibandingkan dua variabel lainnya, kualitas pelayanan tetap menjadi bagian penting dari pengalaman konsumen selama berada di Warung Sepur Klotok. Kondisi pelayanan yang telah didukung oleh kebersihan area makan, kerapian karyawan, ketersediaan perlengkapan makan, serta kesigapan staf dalam mengisi kembali makanan perlu dipertahankan.

Peningkatan dapat difokuskan pada aspek pelayanan yang lebih proaktif. Berdasarkan kondisi di lapangan, staf cenderung memberikan respons setelah konsumen bertanya atau meminta bantuan. Pola tersebut dapat dikembangkan dengan membiasakan staf untuk lebih peka terhadap kebutuhan konsumen, misalnya memberikan informasi ketika makanan sedang dalam proses pengisian ulang, membantu konsumen yang terlihat kebingungan dengan sistem prasmanan, atau memberikan arahan kepada konsumen yang baru datang ketika mencari tempat duduk.

Upaya tersebut terutama perlu diperhatikan pada saat tingkat kunjungan sedang tinggi. Ketika jumlah konsumen meningkat, perhatian staf lebih banyak terserap pada aktivitas operasional sehingga interaksi dengan konsumen dapat menjadi lebih terbatas.

Pelayanan yang lebih proaktif dapat membantu konsumen tetap merasa diperhatikan meskipun kondisi restoran sedang ramai.

Dengan demikian, peningkatan *service quality* tidak harus dilakukan melalui perubahan besar pada sistem pelayanan, tetapi dapat dimulai dari peningkatan inisiatif dan kepekaan staf dalam merespons kebutuhan konsumen. Pelayanan yang lebih proaktif diharapkan dapat melengkapi kualitas makanan dan suasana yang telah menjadi kekuatan Warung Sepur Klotok, sehingga pengalaman konsumen secara keseluruhan menjadi lebih baik dan dapat semakin mendorong niat untuk berkunjung kembali.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai pengaruh *restaurant atmosphere*, *food quality*, dan *service quality* terhadap niat berkunjung kembali, sekaligus memperkuat bukti empiris dari teori-teori yang telah ada pada konteks restoran dengan konsep unik seperti Warung Sepur Klotok.

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *restaurant atmosphere* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Hal ini menunjukkan bahwa semakin nyaman dan menarik suasana fisik yang dirancang oleh Warung Sepur Klotok, baik dari sisi tata ruang, kondisi lingkungan, maupun elemen visual yang khas, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk berkunjung kembali. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Azizatusholihah

& Syahlani (2025), Fasius et al. (2025), Olivia (2024), serta Aruan & Enggelica (2022) yang menyatakan bahwa *restaurant atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

2. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Hal ini menjelaskan bahwa persepsi konsumen terhadap kesegaran, cita rasa, tampilan, serta konsistensi makanan yang disajikan oleh Warung Sepur Klotok dari waktu ke waktu menjadi faktor kunci yang mendorong konsumen untuk kembali. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Riyadi et al. (2023), Puteri et al. (2024), Alfiyannoor & Hastuti (2025), serta Aruan & Enggelica (2022) yang menemukan bahwa *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen Warung Sepur Klotok, baik dari sisi kondisi fisik yang tampak maupun kesigapan staf dalam merespons kebutuhan konsumen secara langsung, maka semakin besar pula niat mereka untuk berkunjung kembali. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fasius et al. (2025), Hafidz & Dominicius (2023), serta Aruan & Enggelica (2022) yang menemukan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali.