

BAB V

SIMPULAN

5.1.Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai Pengaruh *Restaurant Atmosphere*, *Customer Experience*, dan *Perceived Authenticity* terhadap *Revisit Intention* di Angkringan Mitro Prembun, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Restaurant Atmosphere* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Revisit Intention* di Angkringan Mitro Prembun. Hal ini menunjukkan bahwa suasana yang dimiliki Angkringan Mitro Prembun belum menjadi faktor utama yang memengaruhi pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Customer Experience* berpengaruh secara signifikan terhadap *Revisit Intention* di Angkringan Mitro Prembun. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman positif yang dirasakan pengunjung selama berada di Angkringan Mitro Prembun mampu meningkatkan keinginan pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Perceived Authenticity* berpengaruh secara signifikan terhadap *Revisit Intention* di Angkringan Mitro Prembun. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pengunjung terhadap keaslian konsep, suasana, penyajian makanan, serta karakteristik

Angkringan Mitro Prembun mampu meningkatkan niat pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali.

4. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *Restaurant Atmosphere*, *Customer Experience*, dan *Perceived Authenticity* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention* di Angkringan Mitro Prembun.

5.2.Keterbatasan

Pada penelitian ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Adanya keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan evaluasi dan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada pengunjung Angkringan Mitro Prembun di Kabupaten Kebumen. Oleh karena itu, hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasikan pada usaha kuliner lain yang memiliki karakteristik, konsep, maupun lokasi yang berbeda.
2. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara online melalui Google Form. Metode tersebut menyebabkan peneliti tidak dapat melakukan pengawasan secara langsung terhadap proses pengisian kuesioner, sehingga kejujuran dan kesungguhan responden dalam memberikan jawaban sepenuhnya bergantung pada persepsi masing-masing responden.
3. Penelitian ini hanya melibatkan 100 responden sebagai sampel penelitian, sehingga hasil yang diperoleh belum sepenuhnya dapat

merepresentasikan karakteristik seluruh pengunjung Angkringan Mitro Prembun.

4. Penelitian ini hanya mengkaji tiga variabel independen, yaitu *Restaurant Atmosphere*, *Customer Experience*, dan *Perceived Authenticity*, sehingga masih terdapat kemungkinan adanya variabel lain yang turut mempengaruhi *Revisit Intention*.

5.3.Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat dikemukakan implikasi praktis dan teoritis sebagai berikut:

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab-bab terdahulu, maka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi praktis sebagai berikut:

1. *Restaurant Atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*, sehingga pengelola Angkringan Mitro Prembun disarankan untuk tetap mempertahankan suasana yang nyaman, bersih, dan tertata dengan baik sebagai faktor pendukung pengalaman pengunjung. Pengelola juga dapat melakukan evaluasi terhadap tata letak, pencahayaan, fasilitas, maupun dekorasi agar suasana angkringan semakin menarik dan memberikan kenyamanan bagi pengunjung.
2. *Customer Experience* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*, sehingga pengelola Angkringan Mitro Prembun

disarankan untuk terus meningkatkan pengalaman positif pengunjung melalui pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif, menjaga kualitas makanan dan minuman yang disajikan, serta memberikan pelayanan yang mampu memenuhi harapan pengunjung. Pengalaman yang menyenangkan akan memberikan kesan positif sehingga dapat meningkatkan keinginan pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali.

3. *Perceived Authenticity* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*, sehingga pengelola Angkringan Mitro Prembun disarankan untuk mempertahankan dan memperkuat konsep angkringan yang autentik sebagai identitas utama usaha. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan menjaga keaslian menu, mempertahankan konsep tradisional pada desain dan suasana angkringan, serta menampilkan ciri khas yang membedakan Angkringan Mitro Prembun dengan tempat kuliner lainnya. Persepsi keaslian yang baik akan memberikan pengalaman yang berkesan sehingga mendorong pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab-bab terdahulu, maka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut:

1. *Restaurant Atmosphere* dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap *Revisit Intention*. *Restaurant Atmosphere* merupakan salah satu faktor yang dapat menciptakan kenyamanan dan memberikan kesan positif kepada pengunjung. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa suasana yang dimiliki Angkringan Mitro Prembun belum menjadi faktor utama yang mendorong pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali. Pengunjung lebih mempertimbangkan pengalaman yang diperoleh selama berkunjung maupun persepsi terhadap keaslian angkringan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Suhud dan Wibowo (2016) yang mengungkapkan bahwa *Restaurant Atmosphere* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *Revisit Intention*, melainkan melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi.
2. *Customer Experience* dalam penelitian ini berpengaruh terhadap *Revisit Intention*. *Customer Experience* merupakan salah satu faktor penting yang mampu meningkatkan niat pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali. Pengalaman positif yang dirasakan pengunjung selama berada di Angkringan Mitro Prembun, seperti pelayanan yang ramah, kenyamanan saat menikmati makanan, kemudahan dalam melakukan pemesanan, serta interaksi yang menyenangkan,

mampu memberikan kesan yang baik kepada pengunjung. Semakin positif pengalaman yang dirasakan, maka semakin besar pula keinginan pengunjung untuk kembali berkunjung. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Herdiana et al. (2022) yang menyatakan bahwa *Customer Experience* berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*.

3. *Perceived Authenticity* dalam penelitian ini berpengaruh terhadap *Revisit Intention*. *Perceived Authenticity* merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan niat pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali. Keaslian yang dirasakan pengunjung melalui konsep angkringan, suasana, penyajian makanan, maupun karakteristik yang dimiliki Angkringan Mitro Prembun mampu menciptakan pengalaman yang berkesan sehingga mendorong pengunjung untuk kembali berkunjung. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *Perceived Authenticity* merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap *Revisit Intention*. Semakin tinggi persepsi pengunjung terhadap keaslian suatu tempat, maka semakin tinggi pula keinginan pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Choi et al. (2025) yang menyatakan bahwa *Perceived Authenticity* berpengaruh positif

terhadap *Revisit Intention* pada restoran yang memiliki konsep tradisional.

