

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis terkait permasalahan yang dibahas mengenai pengaruh *Cafe Atmosphere*, *Service Quality*, dan *Product Variation* terhadap *Revisit Intention* pada Tuman Coffe & Space Kebumen, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan data responden dari hasil kuisioner, niat pelanggan untuk berkunjung kembali (*Revisit Intention*) didominasi oleh laki-laki, dengan jumlah 51 responden dan persentase sebesar 51%. Jika dilihat dari usia, sebagian besar responden berumur antara 17 hingga 25 tahun. Dari segi pekerjaan, mayoritas responden merupakan pelajar atau mahasiswa. Sementara itu, berdasarkan pendapatan bulanan sebagian besar responden memiliki penghasilan kurang dari satu juta rupiah. Adapun dari segi domisili mayoritas responden berasal dari Kecamatan Kebumen.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Cafe Atmosphere* berpengaruh terhadap *Revisit Intention* pada Tuman Coffe & Space Kebumen. Temuan ini menunjukkan bahwa elemen-elemen yang membentuk suasana cafe seperti kenyamanan tempat duduk, estetika interior, kebersihan lingkungan, pencahayaan yang mendukung, serta pilihan musik mampu menciptakan pengalaman positif yang melekat dalam ingatan konsumen dan mendorong mereka untuk berniat melakukan kunjungan ulang di masa mendatang (*Revisit Intention*).

3. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Service Quality* berpengaruh terhadap *Revisit Intention* pada Tuman Coffe & Space Kebumen. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek-aspek dalam pelayanan seperti keramahan *waiter*, kecepatan pelayanan, ketepatan pesanan, hingga kemampuan *waiter* dalam merespon kebutuhan pelanggan berperan penting dalam membentuk kesan positif. Pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas mereka, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk berniat kembali berkunjung (*Revisit Intention*).
4. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Product Variation* berpengaruh terhadap *Revisit Intention* pada Tuman Coffe & Space Kebumen. Temuan ini menunjukkan bahwa keberagaman menu yang ditawarkan, baik dari segi jenis minuman, makanan, inovasi rasa, maupun penyajian, mampu meningkatkan ketertarikan pelanggan. Pelanggan yang merasa memiliki banyak pilihan dan pengalaman baru cenderung lebih tertarik untuk melakukan kunjungan ulang (*Revisit Intention*).
5. Dari hasil uji simultan atau uji F diperoleh F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Hal tersebut berarti bahwa variabel *Cafe Atmosphere*, *Service Quality*, dan *Product Variation* secara simultan berpengaruh terhadap *Revisit Intention* pada Tuman Coffe & Space Kebumen.
6. Dari hasil uji determinasi R^2 , nilai *Adjusted R Square* diperoleh sebesar 0,875. Artinya 87,5% variasi *Revisit Intention* bisa dijelaskan dari ketiga variabel independen tersebut yaitu *Cafe Atmosphere*, *Service Quality*, dan

Product Variation. Sementara itu, sisanya 12,5% (100% - 87,5%) dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Keterbatasan tersebut diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan perbaikan bagi peneliti selanjutnya. Adapun keterbatasan dalam penelitian meliputi:

1. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini hanya sebanyak 100 orang, yang dinilai masih kurang untuk memberikan gambaran yang akurat mengenai kondisi sebenarnya.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi *Revisit Intention* dalam penelitian ini hanya terdiri dari variabel *Cafe Atmosphere*, *Service Quality*, dan *Product Variation*, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi *Revisit Intention*.
3. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia 17-25 tahun dengan persentase 48%, sehingga kurang mewakili kelompok usia lainnya. Kelompok usia ini cenderung lebih dipengaruhi oleh tren dan keterbatasan anggaran, sehingga hasil penelitian ini sulit untuk digeneralisasikan dan tidak dapat sepenuhnya mencerminkan pola belanja kelompok usia yang berbeda.

5.3. Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis ada beberapa saran yang dapat diberikan sebagai masukan bagi pemilik Tuman Coffe & Space Kebumen:

1. Penelitian ini menyatakan bahwa *Cafe Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*, Implikasi praktisnya adalah bahwa manajemen cafe harus menginvestasikan waktu dan sumber daya untuk menciptakan lingkungan yang menarik dan nyaman. Ini mencakup merancang interior yang *aesthetic*, menjaga kebersihan, memilih musik yang pas, memastikan aroma yang menyenangkan, serta mengatur suhu ruangan yang nyaman dan menciptakan lingkungan yang aman. Selain itu manajemen cafe Tuman Coffe & Space bisa menambahkan fasilitas *meeting room* tertutup, sehingga menyediakan solusi lengkap bagi para profesional dan individu yang membutuhkan lingkungan kerja di luar kantor. Dengan mengelola aspek-aspek tersebut secara cermat, maka konsumen akan berniat untuk datang kembali di lain waktu (*Revisit Intention*).
2. Penelitian ini menyatakan bahwa *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention* pada Tuman Coffe & Space Kebumen. Temuan ini menunjukkan bahwa *Service Quality* merupakan elemen penting yang secara langsung mempengaruhi keinginan konsumen untuk kembali berkunjung. Manajemen Tuman

Coffe & Space perlu memprioritaskan peningkatan kualitas layanan dalam strategi pengembangan cafe mereka. Ini bisa dilakukan dengan memberikan pelatihan rutin kepada para *waiter*, terutama fokus pada keramahan, kecepatan pelayanan, dan kemampuan komunikasi interpersonal mereka. *Waiter* yang ramah, tanggap, dan profesional akan menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, sehingga mendorong mereka untuk *revisit intention*. Selain itu, penting juga untuk mengevaluasi sistem operasional pelayanan secara berkala agar pelanggan selalu mendapatkan layanan yang konsisten dan memuaskan di setiap kunjungan mereka.

3. Penelitian ini menyatakan bahwa *Product Variation* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*. Oleh karena itu, Tuman Coffe & Space disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan *Product Variation* untuk memicu kepuasan konsumen. Meningkatkan *Product Variation* dapat meningkatkan *Revisit Intention* karena mereka cenderung tertarik mencoba menu-menu baru setiap kali datang. Manajemen Tuman Coffe & Space sebaiknya secara berkala meluncurkan menu-menu baru yang telah disesuaikan dengan selera pengunjung, ide untuk menu baru bisa didapatkan dengan mengumpulkan masukan langsung dari konsumen melalui survei atau kotak saran. Tawarkan menu sehat untuk pengunjung seperti *gluten-free*, *dairy-free*, *keto-friendly*. Promosi aktif melalui media sosial, situs web, dan di dalam cafe

sangat penting untuk memperkenalkan variasi produk kepada pelanggan. Manajemen cafe harus rutin mengevaluasi popularitas menu untuk mengidentifikasi dan menghapus item yang kurang laku, hal ini akan membantu mereka lebih fokus pada menu-menu favorit konsumen.

4. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel *Lifestyle* untuk mengukur pengaruhnya terhadap *Revisit Intention*. Gaya hidup konsumen, khususnya generasi muda berperan penting dalam menentukan pilihan tempat yang sesuai dengan kebutuhan bersantai, bekerja, maupun bersosialisasi. Dengan memasukan variabel ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komperhensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen untuk berkunjung kembali.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh *Cafe Atmosphere*, *Service Quality*, dan *Product Variation* terhadap *Revisit Intention* pada Tuman Coffe & Space Kebumen. Adapun implikasi teoritis yang disarankan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Implikasi yang berkaitan dengan teori *Cafe Atmosphere*

Penelitian ini membuktikan bahwa *Cafe Atmosphere* yang baik dan nyaman, dapat membuat seseorang merasa puas dan ingin melakukan kunjungan kembali (*Revisit Intention*). Hasil penelitian

ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purba (2021) yang menyatakan bahwa semakin nyaman suasana cafe akan berpengaruh positif terhadap minat konsumen untuk kembali berkunjung ke cafe tersebut.

2. Implikasi yang berkaitan dengan teori *Service Quality*

Penelitian ini membuktikan bahwa *Service Quality* yang baik, dapat membuat seseorang ingin melakukan kunjungan kembali (*Revisit Intention*). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yolanda & Rahimidani, (2020) yang menyatakan bahwa variabel *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*.

3. Implikasi yang berkaitan dengan teori *Product Variation*

Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin banyak *Product Variation*, semakin banyak jumlah kapasitas produk, semakin tepatnya komposisi produk, dan rasa yang sesuai dengan preferensi pelanggan, membuat pelanggan ingin melakukan kunjungan kembali (*Revisit Intention*). Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saraswati *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa semakin beragamnya jenis maupun jumlah produk yang ditawarkan pada sebuah cafe, maka konsumen akan merasa semakin puas karena apa yang dibutuhkan atau yang diinginkan konsumen ada pada cafe tersebut, sehingga konsumen

tidak perlu melakukan pembelian ditempat lain dan biasanya pembelian tersebut akan berulang.

