

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil analisis data dari 150 resonde dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan software Lisrel 8.8 untuk menguji pengaruh variabel *Employee Displayed Emotion*, *Customer Climate*, *Ambient Factor*, *Design Factor* pada *Customer Emotion*, *Customer Emotion* pada *Customer Satisfaction*, dan *Customer Satisfaction* pada *Behavioral Intention*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Employee Displayed Emotion* berpengaruh positif terhadap *Customer Emotion*. Hal ini diperoleh dengan melihat hasil pengolahan data yang menunjukkan bahwa nilai t-value 2.06 lebih besar dari nilai t-tabel 1.96. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Employee Displayed Emotion*, maka akan sangat mempengaruhi *Customer Emotion* pada pelanggan The Bunker Cafe.
2. *Customer Climate* berpengaruh negatif terhadap *Customer Emotion*. Hal ini diperoleh dengan melihat hasil pengolahan data yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung -1.43 lebih kecil dari nilai t-tabel 1.96. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi konsumen terhadap konsumen lain, maka akan menurunkan emosi konsumen yang mereka hadapi ketika bermain di The Bunker Cafe Serpong.

3. *Ambient Factor* berpengaruh positif terhadap *Customer Emotion*. Hal ini diperoleh dengan melihat hasil pengolahan data yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung 2.60 lebih besar dari *t-tabel* 1.96. Hal ini menunjukkan bahwa rancangan suasana dari *The Bunker Cafe Serpong* mempengaruhi emosi pelanggan dengan suasana yang memberikan kehangatan dan kenyamanan pada pelanggan.
4. *Design Factor* berpengaruh positif terhadap *Customer Emotion*. Hal ini diperoleh dengan melihat hasil pengolahan data yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung 4.72 lebih besar dari *t-tabel* 1.96. Hal ini menunjukkan bahwa rancangan fisik dari *The Bunker Cafe Serpong* mempengaruhi emosi konsumen dengan desain fasilitas *boardgame* yang menarik, penggunaan warna pada *The Bunker Cafe Serpong*, serta pencahayaan yang memberikan suasana nyaman kepada pelanggan.
5. *Customer Emotion* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Hal ini diperoleh dengan melihat hasil pengolahan data yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung 7.10 lebih besar dari *t-tabel* 1.96. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi emosi positif konsumen yang dirasakan di *The Bunker Cafe*, maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam mengunjungi *The Bunker Cafe Serpong*.
6. *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*. Hal ini diperoleh dengan melihat hasil pengolahan data yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung 7.63 lebih besar dari *t-tabel* 1.96. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan pelanggan di *The Bunker Cafe Serpong*,

maka pelanggan cenderung akan melakukan kunjungan kembali, merekomendasikan kepada orang lain, menceritakan hal positif mengenai *The Bunker Cafe* kepada orang lain, dan mau menjadi pelanggan *The Bunker Cafe* Serpong.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan analisa hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi *The Bunker Cafe* Serpong maupun kepada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengangkat topik lain ataupun sama yang berkaitan dengan *social environment* dan *physical environment* sehingga dapat menghasilkan temuan baru yang lebih bermanfaat bagi keduanya.

### **5.2.1 Saran bagi perusahaan**

Berdasarkan analisa hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka penelitian ini mengajukan beberapa saran bagi *The Bunker Cafe* Serpong. Berikut saran-saran yang diajukan oleh peneliti:

1. Sebagai salah satu *cafe boardgame*, meja bermain *boardgame* harus disediakan lebih luas dan cukup untuk beberapa pemain. *The Bunker Cafe* Serpong harus memberikan kenyamanan bagi setiap pelanggan, baik melalui pelayanan, sosial maupun lingkungan fisik. Di *The Bunker Cafe* terlalu banyak meja untuk dining sehingga konsumen kurang nyaman apabila bermain di meja dining tersebut. Maka dari itu, sebaiknya meja di

The Bunker *Cafe* lebih diperbanyak dengan meja tatami, sehingga pelanggan lebih santai ketika bermain dan makan.

2. Mempromosikan adanya *boardgame* yang seru serta memberikan dan menjelaskan informasi mengenai *boardgame* ketika pelanggan datang. Hal ini dilakukan guna membantu para pelanggan untuk mendapatkan informasi yang lengkap mengenai *boardgame* apa saja yang tersedia di The Bunker *Cafe* Serpong ini dan bagaimana cara memainkannya.
3. Menambahkan rancangan desain interior seperti hiasan atau gambar di tembok. Saat ini, beberapa orang mengunjungi *cafe* karena adanya alasan tersendiri yaitu dengan *spot* foto yang unik dan menarik di *cafe* tersebut. Sedangkan di The Bunker *Cafe*, tidak ada *spot* yang bisa diambil untuk melakukan foto – foto tersebut. Oleh karena itu, sebaiknya The Bunker *Cafe* lebih menambah sedikit hiasan, seperti di dinding atau tempat sudut yang unik yang memberikan ketertarikan pada konsumen. Hal ini dilakukan guna untuk membantu mempromosikan The Bunker *Cafe* apabila konsumen memposting di sosial media ketika melakukan foto, dan membantu konsumen untuk lebih menikmati suasana yang ada di The Bunker *Cafe* Serpong.
4. Dengan adanya persaingan industri yang ketat, The Bunker *Cafe* harus memberikan sesuatu yang berbeda dari *cafe* lainnya untuk membuat konsumen ingin terus mengunjungi kembali *cafe* tersebut. Beberapa cara yang dapat digunakan misal memberikan *free food* bagi konsumen yang sudah memainkan minimal 5 permainan di The Bunker *Cafe* dengan periode

dan syarat yang sudah ditentukan dengan menggunakan *card* yang dapat mencatat minimal permainan dari setiap konsumen. Melalui *card* tersebut konsumen akan mendapatkan *reward* ketika sudah memainkan minimal 5 permainan di The Bunker Cafe. The Bunker Cafe juga dapat mengadakan acara lomba bermain *boardgame* untuk menarik perhatian para pecinta *game* untuk datang.

5. The Bunker Cafe juga perlu menentukan harga makanan yang mereka jual. Harga merupakan salah satu bahan pertimbangan yang digunakan oleh konsumen ketika mereka ingin mengunjungi atau membeli suatu tempat atau barang. Oleh karena itu, The Bunker Cafe harus lebih memperhatikan harga dengan kualitas makanan yang ditawarkan agar konsumen mereka puas dengan kualitas makanan yang mereka dapatkan.
6. Peneliti juga menyarankan agar The Bunker Cafe secara konsisten mampu menyediakan makanan dan minuman yang dipesan tidak lebih dari 10-15 menit. Hal ini dilakukan agar konsumen juga merasakan kepuasan dengan pelayanan yang diberikan di The Bunker Cafe Serpong ini.
7. Dapat memebrikan daftar *boardgame* apa saja yang ada di The Bunker Cafe, sehingga konsumen dapat melihat seluruh nama dari permainan-permainan tersebut. Dimana dengan adanya daftar nama *boardgame* tersebut, pelanggan dapat memilih dan mengetahui seberapa banyak adanya permainan *boardgame* di The Bunker Cafe.

### 5.2.2 Saran untuk penelitian selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan saran bagi penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Penelitian pada variabel ini terbatas pada *Employee Displayed Emotion*, *Customer Climate*, *Ambient Factor*, *Design Factor*, *Customer Emotion*, *Customer Satisfaction* dan *Behavioral Intention*. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap sebuah *cafe*, seperti *food quality*. Hasil penelitian Namkung & Jang (2007) menunjukkan bahwa *food quality* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel *food quality*.