

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berikut ini adalah hasil penelitian yang dirangkum dalam bentuk kesimpulan. Adapun kesimpulan-kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pelaksanaan *Atmosphere* (suasana) secara umum sudah dilaksanakan dengan baik, yaitu dapat dilihat pada pernyataan *eksterior* dan *interior* Resort Cafe Atmosfer yang dirasakan oleh sebagian besar konsumen dengan baik.
2. Loyalitas pelanggan terhadap pelaksanaan suasana pada Resort Cafe Atmosphere menyimpulkan bahwa sebagian besar (40%) konsumen menyatakan ragu-ragu. Dapat diartikan bahwa konsumen yang datang pada Resort Cafe Atmosphere tidak semuanya adalah pelanggan setia tetapi ada konsumen lain yang datang pada Resort Cafe Atmosphere baik untuk sesekali saja maupun berulang kali dalam waktu yang tidak menentu.

Berikut adalah beberapa cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (Chan, 2003:99) :

- Menciptakan beberapa *program loyalty*, seperti *point reward*, *frequent flie shooper club* atau *frequent traveller*.

- Membagi pelanggan ke dalam beberapa segmen. Dari *the most valuable* di tingkat paling atas sampai *the most looper* di tingkat paling bawah.
- Membentuk komunitas pelanggan, untuk menumbuhkan rasa kecintaan dan kebersamaan sesama anggota yang merangsang peningkatan penjualan.

Dengan beberapa strategi di atas diharapkan konsumen menjadi loyal, sehingga dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan harus dapat mempertahankan agar pelanggan tidak beralih kepada pesaing (Griffin, 2000:144).

3. Berdasarkan hasil penilaian dan tanggapan konsumen mengenai pengaruh *Atmosphere* (suasana) terhadap loyalitas pelanggan tidak terlalu kuat tetapi tetap berpengaruh. Keputusan konsumen dalam membeli produk dipengaruhi oleh kenyamanan suasana didalam restoran tersebut. Kenyamanan suasana dalam Resort Cafe Atmosfer dapat menimbulkan loyalitas pelanggan. Dari kuesioner yang telah disebar dan analisa uji statistik, maka dapat diketahui terdapat hubungan signifikansi positif antara *Atmosphere* (suasana) terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti jika *Atmosphere* semakin baik maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

Saran yang ingin penulis berikan pada Resort Cafe Atmosfer demi kemajuan Resort Cafe Atmosfer di masa yang akan datang adalah sebagai berikut:

1. Dengan adanya hubungan positif yang signifikan antara *Atmosphere* dengan loyalitas pelanggan, berarti semakin baik. Oleh karena itu, Resort Cafe Atmosfer harus terus meningkatkan *Atmosphere* (suasana) agar konsumen merasa nyaman, misalnya diberi lagu-lagu instrumen, live band, dan memberi merchandise dan memasang neon box agar kelihatan lebih eksklusif dan juga merubah tata letak barang agar lebih terasa nyaman.
2. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi, maka didapat bahwa besarnya hubungan *Atmosphere* sebesar 2,8% dan sisanya sebesar 97,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor-faktor lain ini mencakup kualitas makanan, pelayanan dan promosi. Hal ini perlu diperhatikan seperti, memasang iklan di media cetak (koran, majalah, dll) maupun media elektronik (radio, dll), memberikan diskon atau promo dan lain sebagainya.
3. Memberikan dekorasi yang sesuai, sehingga membuat konsumen tertarik dan nyaman berada di Resort Cafe Atmosfer, misalnya mengganti warna cat lama dengan yang baru, sebaiknya dengan warna yang cerah, dan diberi gambar yang menarik.