

BAB 5

PENUTUP

5.1 Simpulan

Pada bab ini, dari hasil analisis dan pembahasan yang sudah dijelaskan dalam bab sebelumnya, penelitian yang Pengaruh Penentu Kepuasan Pelanggan Pada Niat Mengunjungi Kembali Dan Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Pada Konsumen Two Hands Full Coffee Shop Bandung yaitu sebagai berikut :

1. *Atmosphere* café berpengaruh terhadap ketertarikan konsumen untuk berkunjung kembali karena dalam mempertahankan suatu konsumen yaitu harus membuat konsumen itu sendiri merasa nyaman akan suasana café yang mereka kunjungi. Sehingga pemilik café (terutama *coffee shop*) harus mempunyai ciri khas dari suasa di *coffee shop* mereka
2. *Service quality* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *word of mouth* karena akan membuat para konsumen menjadi lebih nyaman untuk berinteraksi dengan pegawai apabila menanyakan informasi tentang minuman yang disajikan dan makin baik *service quality* yang diberikan café, maka akan mendorong konsumen untuk merekomendasikan café tersebut kepada orang lain atau teman-temannya.
3. *Pricing* tidak reliabel sehingga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *word of mouth*. Peneliti menafsirkan bahwa variabel *pricing* menunjukkan harga yang ditetapkan Two Hands Full tidak setara dengan

nilai yang diterima artinya konsumen merasa harga di *coffee shop* Two Hands Full belum setara dengan nilai yang sudah dikeluarkan oleh konsumen dan dibandingkan dengan *coffee shop* lain harga di Two Hands Full tidak setara dengan *coffee shop* lain di kota Bandung. Sehingga variabel *pricing* tidak diolah dalam uji path analysis karena tidak reliable.

4. *Coffee quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap *revisit intentions* dan *word of mouth* melalui mediasi kepuasan pelanggan. Terdapat tiga kunci utama dalam menentukan kualitas kopi yang baik adalah aroma, cita rasa, dan *body*. Sehingga kualitas kopi sangatlah penting bagi *coffee shop* yang dapat berpengaruh pada konsumen untuk datang kembali ke *coffee shop* tersebut dan merekomendasikan ke kerabat maupun keluarga.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, masih terdapat beberapa keterbatasan dari penelitian ini, diantaranya:

1. Kuesioner hanya disebarakan terhadap pengunjung yang pada saat itu juga datang ke Two Hands Full Bandung serta kerabat yang sudah pernah datang ke Two Hands Full.
2. Variabel *pricing* tidak reliable dikarenakan nilai Cronbach's alpha nya kurang dari 0.6 yaitu sebesar 0.119. Sehingga variabel *pricing* tidak konsistensi terhadap sasaran yang diukur.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan :

1. Kuesioner lebih baik disebarakan lebih luas lagi, tidak hanya kepada pengunjung yang di Bandung, namun sebaiknya diluar kota Bandung.
2. Pemilik *Coffee Shop Two Hands Full* bisa memperluas promosi melalui media sosial karena dijamin sekarang masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu dengan gadgetnya.
3. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah penyusunan indikator penelitian yang sangat minim sehingga ada beberapa variabel yang terhapus dalam penelitian yang disebabkan oleh sedikitnya indikator penelitian dan kemudian dinyatakan tidak valid. Saran bagi peneliti pada masa yang akan datang agar memperhatikan lebih seksama poin-poin penting dalam penyusunan variabel dengan kuesioner yang diajukan dan menggunakan instrumen penelitian (kuesioner) dengan jumlah item (per variabel) yang relatif lebih banyak, untuk mengantisipasi banyaknya jumlah item yang dinyatakan tidak valid.