

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Konsumen atas *Tangible*, *Assurance* dan *Responsiveness* Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen di Gajuakopi Tamansari, dapat ditarik kesimpulan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen atas *Tangible*, *Assurance* dan *Responsiveness* Gajuakopi Tamansari terhadap niat beli ulang

Berdasarkan data yang didapatkan persepsi konsumen terhadap *tangible*, *assurance* dan *responsiveness* masih memiliki persepsi yang cenderung negatif. Dari ketiga variabel independen tersebut hanya variabel *assurance* dan *responsiveness* yang memiliki pengaruh secara bersama - sama kepada variabel niat beli ulang. Dari hasil penelitian, nilai *adjusted R square* yang didapatkan yaitu sebesar 0,662 yang menjelaskan bahwa variabel *assurance* dan *responsiveness* secara bersama – sama memiliki kontribusi sebesar 66,2% terhadap niat beli ulang.

2. Perbedaan besarnya pengaruh variabel independen

Berdasarkan data yang didapatkan, hanya variabel *assurance* dan *responsiveness* yang memiliki pengaruh secara parsial terhadap niat beli ulang. Dari hasil penelitian variabel *assurance* memiliki pengaruh sebesar 0,259 terhadap niat beli ulang, sedangkan variabel *responsiveness* memiliki pengaruh sebesar 0,322 terhadap niat beli ulang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang didapatkan oleh penulis mengenai Pengaruh Persepsi Konsumen atas *Assurance* dan *Responsiveness* terhadap Niat Beli Ulang di Gajuakopi Tamansari, maka saran yang dapat penulis berikan adalah:

1. Terkait *assurance*

Pihak Gajuakopi Tamansari disarankan dapat memberikan *training* kepada karyawannya mengenai peningkatkan kualitas pelayanan yang baik seperti apa. Mereka dapat membuat SOP mengenai panduan bagaimana pelayanan

sebuah *café*, seperti memberi sambutan kepada pelanggan dengan ramah dan professional. Karyawan Gajuakopi Tamansari juga diharapkan dapat lebih memahami produk yang ditawarkan secara mendalam dan mampu memberikan rekomendasi kepada pelanggan. Dengan begitu saat ada konsumen yang bertanya terkait produk, karyawan dapat menjawab dengan baik. Kemampuan komunikasi yang baik dan menghargai pelanggan dapat memberikan kenyamanan bagi para pengunjung saat datang ke Gajuakopi Tamansari.

2. Terkait *responsiveness*

Pihak Gajuakopi Tamansari disarankan dapat lebih cepat untuk mengantar pesanan pelanggan tidak lama setelah dipesan dengan mempercepat proses pembuatan. Karyawan dapat menyiapkan persediaan bahan baku dengan menggunakan perkiraan berdasarkan hari-hari sebelumnya untuk menghindari kehabisan bahan yang dapat membuat keterlambatan penyajian pesanan. Selain itu, mereka juga harus lebih teliti terhadap pesanan para konsumen agar tidak ada pesanan yang terlupakan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menyusun dan melakukan pesanan sesuai dengan urutan pelanggan yang memesan. Selain itu, sebaiknya karyawan memperhatikan terhadap permintaan personal konsumen dan menanggapi dengan cepat. Karyawan juga harus memperhatikan saat ada keluhan dari konsumen dan menanggapi dengan baik. Dalam hal ini pihak Gajuakopi dapat merancang SOP mengenai bagaimana karyawan berperilaku saat ada keluhan dari pelanggan. Tanggapan karyawan yang baik dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen saat berkunjung ke Gajuakopi Tamansari.

DAFTAR PUSTAKA

- Almunida, A. A., Samhudi, A., & Wicaksono, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Harga, dan Kualitas Layanan, Terhadap Keputusan Pembelian di District Coffee Banjarbaru.
- Ardhanari, M. (2008). Customer Satisfaction Pengaruhnya Terhadap Brand Preference dan Repurchase Intention Private Brand. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 8(2).
- Arindiaty, A., & Bernik, M. (2017). Analisis Kualitas Jasa Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Baker Street Cafe Bandung. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1).
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. Wiley.
- Detik.com. (2022, Juni 28). *Pertumbuhan Ekonomi Bandung Ditargetkan Naik 5 Persen di 2022*. (R. Alhamidi, Producer, & detikjbar) Retrieved Desember 2022, from detik.com: <https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-6151339/pertumbuhan-ekonomi-bandung-ditargetkan-naik-5-persen-di-2022>
- Hamdani, F. A., & Kasmita. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Repurchase Intention di Objek Wisata Saparandaman Pool dan Café Kabupaten Solok Selatan. *Jurnal Kajian Pariwisata dan Bisnis Perhotelan*, 3(1).
- Haristianti, V., Raja, M. M., & Putri, C. T. (2021). Analisis Faktor Kebetahan Pengunjung Coffee Shop Melalui Penilaian Kinerja Elemen Interior. Studi Kasus: Kafe dan Coffee Shop di Kawasan L.R.E Martadinata, Bandung. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, 4(2).
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer Repurchase Intention.
- Hong, B., & Brahmana, R. K. (2015). Pengaruh Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pelanggan di Resto Buro Bar Surabaya.
- Jisana T.K. (2014). Consumer Behaviour Models: An Overview. *Sai Om Journal of Commerce & Management A Peer Reviewed National Journal* 1.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition* (15 ed). Pearson Education.
- Lauw, J., & Kunto, S.Si., M.Sc., Y. S. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di The Light Cup Café Surabaya Town Square dan The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1 (1).
- Liputan6.com. (2022, September 15). *Berpredikat Kota Kuliner Terbaik, Intip Prospek Kerja Bidang Kuliner di Bandung*. (H. Simbolon, Producer) Retrieved Agustus 1, 2023, from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/regional/read/5069281/berpredikat-kota-kuliner-terbaik-intip-prospek-kerja-bidang-kuliner-di-bandung>
- Muliawan, S., & Sugiarto.M.M., Drs. (2018). Pengaruh Food Quality dan Ketersediaan Produk Terhadap Repurchase Intention Produk Sari Roti di Surabaya.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan NOAH Café and Bistro. *AGORA* 7 (2).
- Open Data Jabar. (2022, November 8). *Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan, dan Cafe Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*. Retrieved Desember 25, 2022, from Opendata.Jabarprov.go.id: <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-restoran-rumah-makan-dan-cafe-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1993). More on Improving Service Quality Measurement. 69 (1).
- Pratiwi, R. S., Soebandi, S., & Dharmani. I. A. (2020). The Influence of Service Quality, Price Perception, and Store Atmosphere on Repurchase Intention (Case Study at The Teras Atas Cafe Surabaya). *Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)* 1 (2).
- Primananda, P. B., & Setiawan, P. Y. (2013). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Good Deal Restaurant.
- Radarbandung.id. (2023, Maret 4). *Industri Kuliner jadi Penopang Pariwisata* . Retrieved Agustus 1, 2023, from radarbandung.id: <https://www.radarbandung.id/2023/03/04/industri-kuliner-jadi-penopang-pariwisata/>

- Regina, C., & DS, A. H. (2020) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Du Cafe Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis IX (IV)*.
- Saraswati, K. D., Sanjaya, P. K., & Trarintya, M. A. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata 1 (2)*.
- Saunders, M., Thornhill, A., & Lewis, P. (2016). *Research Methods for Business Student (7 ed.)*. Pearson Education.
- Savitri, I. A., & Wardana, I. M., (2008). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Unud 7 (10)*.
- Sinambela, R. Y. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Portobello Cafe Semarang).
- Sunarti, D. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) 51 (2)*.
- Szabat, K. A., Levine, D. M., & Stephan, D. (2017). *Statistics for Managers Using Microsoft Excel (8 ed.)*. Pearson.
- Utami, I. A., & Jatra, I. M. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. *E-Jurnal Manajemen Unud 4 (7)*.
- Waluyowati, N. P., & Bustomi, M. I. (2022). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen 1 (1)*.
- Yuniania, P., Pramudhita, C. A., & Juwita, R. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Toko Buku Gramedia Kolonel Atmo Palembang).
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2010). Services Marketing Strategy. (J. N. Sheth & N. K. Malhotra, Eds.) *Wiley International Encyclopedia of Marketing*