

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada uraian bab sebelumnya, dapat diperoleh simpulan sebagai berikut:

- a. Variabel *servicescape* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *revisit intention* pada pelanggan Next Door Cafe Madiun. *Servicescape* yang ada di Next Door Cafe Madiun tidak mampu meningkatkan *revisit intention* para pelanggan karena kesejukan dan kenyamanan suhu udara serta kebisingan pada suasana di Next Door Cafe Madiun belum sesuai dengan harapan atau keinginan para pelanggan.
- b. Variabel *customer experience* berpengaruh positif signifikan terhadap *revisit intention* pada pelanggan Next Door Cafe Madiun. Adanya *customer experience* yang sangat tinggi pada pelanggan Next Door Cafe Madiun, mampu meningkatkan *revisit intention* pada pelanggan.
- c. Variabel *servicescape* memberikan pengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Next Door Cafe Madiun. *Servicescape* yang ada di Next Door Cafe Madiun, khususnya dalam hal kesejukan dan kenyamanan suhu udara serta kebisingan pada suasana di Next Door Cafe Madiun tidak berdampak pada kepuasan pelanggan.
- d. Variabel *customer experience* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Next Door Cafe Madiun. *Customer experience* pada pelanggan terhadap fasilitas-fasilitas dan pelayanan yang diberikan Next Door Cafe Madiun sangat tinggi, sehingga menimbulkan kepuasan pada pelanggan sebagai pelanggan Next Door Cafe Madiun.
- e. Variabel kepuasan pelanggan memberikan positif dan signifikan terhadap *revisit intention* pada pelanggan Next Door Cafe Madiun. Kepuasan yang dirasakan pelanggan sebagai pelanggan Next Door Cafe Madiun menimbulkan *revisit intention* atau minat pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang di masa mendatang.
- f. Variabel *servicescape* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap *revisit intention* pada pelanggan Next Door Cafe Madiun dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. *Servicescape* yang ada di Next Door Cafe Madiun, meskipun tidak signifikan, namun arahnya positif sehingga dalam hal kesejukan dan kenyamanan suhu

udara serta kebisingan pada suasana di Next Door Cafe Madiun tetap berkontribusi dalam memberikan kepuasan bagi pelanggan meskipun kecil.

- g. Variabel *customer experience* berpengaruh positif signifikan terhadap *revisit intention* pada pelanggan Next Door Cafe Madiun dengan kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel *intervening*. *Customer experience* memberikan kenangan tersendiri kepada pelanggan sebagai pelanggan Next Door Cafe Madiun, apabila pelanggan Next Door Cafe mendapatkan kenangan yang positif, maka akan merasa puas dan akan mengulangi lagi kunjungannya ke Next Door Cafe Madiun.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang menjadi keterbatasan di dalam penelitian ini. Adapun keterbatasan yang dapat diuraikan, yaitu:

- a. Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh *servicescape* dan *customer experience* terhadap *revisit intention* dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*, sedangkan masih banyak faktor-faktor lain seperti keanekaragaman produk (Isnandini dan Suhermin, 2018), promosi (Hanifah, dkk., 2022), sosial media (Situmorang, dkk., 2022) serta kualitas layanan (Chandra, dkk., 2022) yang dapat memengaruhi *revisit intention* maupun kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*.
- b. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas, yaitu hanya sebesar 97 orang. Namun, di wilayah Kota Madiun dan sekitarnya terdapat populasi yang jauh lebih banyak dari 97 orang.
- c. Pada penelitian ini terdapat hipotesis yang tidak terbukti, yaitu *servicescape* memiliki pengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap *revisit intention* dan kepuasan pelanggan serta *servicescape* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *revisit intention* dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*.

5.3 Saran

Berdasarkan beberapa simpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Bagi Next Door Cafe Madiun

- 1) Persepsi pelanggan terhadap *servicescape* khususnya dalam hal kesejukan dan kenyamanan suhu udara serta kebisingan suasana Next Door Cafe Madiun masih rendah. Untuk itu, manajemen Next Door Cafe Madiun disarankan untuk melakukan perbaikan kesejukan dan kenyamanan suhu udara serta memperbaiki suasana supaya jauh dari kebisingan agar persepsi pelanggan terhadap *servicescape* Next Door Cafe Madiun menjadi lebih baik. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan niat untuk berkunjung kembali pada pelanggan Next Door Cafe Madiun.
- 2) Manajemen Next Door Cafe Madiun juga dapat meningkatkan *revisit intention* pada para pelanggan melalui penyampaian informasi tentang keberadaan kafe dengan berbagai program promosi di media sosial *Instagram*, *flyering* (pembagian selebaran) dan *sales call*, serta memberikan potongan harga bagi pelanggan kelompok/rombongan/komunitas.
- 3) Kepuasan pelanggan juga dapat ditingkatkan oleh Next Door Cafe Madiun dengan melakukan pelatihan terhadap para staf dan pelayan (*waitress*) yang berhadapan langsung dengan konsumen. Pelatihan ini dapat dilakukan dengan mengingatkan kembali SOP dalam melakukan setiap pekerjaannya.

b. Bagi penelitian selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang terkait dengan pengaruh *servicescape* dan *customer experience* terhadap *revisit intention* dengan kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel *intervening*, perlu melihat faktor-faktor lain atau mengembangkan lebih banyak menggunakan variabel independen serta melibatkan lebih banyak responden agar hasil penelitian lebih berkualitas. Berkaitan dengan masih adanya hipotesis yang tidak terbukti, maka penelitian selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini dengan memperbaiki indikator-indikator dan pernyataan kuesioner pada variabel yang tidak berpengaruh signifikan atau dengan menggunakan instrumen penelitian selain kuesioner yaitu dengan pendekatan wawancara yang diterapkan pada manajer dan responden untuk memperkuat temuan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. dan Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ambarwati, Rita dan Supardi. (2021). *Manajemen Operasional dan Implementasi dalam Industri*. Magelang: Pustaka Rumah Cinta.
- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ayunisa, Fadia. (2018). Peran *Servicescape* Dalam Meningkatkan *Hotel Image* dan *Revisiting Intention* Pada Hotel Bintang 5. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Vol. 9. No. 2. hal. 269-282. Diakses dari: <https://www.neliti.com/id/publications/274711>.
- Azhar, A. W., & Nasrun, H. (2020). *Menulis Laporan Penelitian Bagi Peneliti Pemula*. Padang: Insan Cendekia Mandiri.
- Bafadhal, Aniesa Samira. (2020). *Pemasaran Pariwisata Pendekatan Perilaku Wisatawan*. Malang: Media Nusa Creative.
- Banarto, Kris. (2021). *Transformasi HRD dalam Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Chandra, S., Rizan, M., dan Aditya, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*. Vol. 3. No. 3. hal. 625-635. Diakses dari: <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jbmk/article/view/32273>.
- Candrianto. (2021). *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Malang: Literasi Nusantara.
- Cangur, Sengul dan Ercan, Ilker. (2015). Comparison of Model Fit Indices Used in Structural Equation Modeling Under Multivariate Normality. *Journal of Modern Applied Statistical Methods*. Vol. 14. No. 1. pp. 152-167. Diakses dari: <https://digitalcommons.wayne.edu/jmasm/vol14/iss1/14/>.
- Curatman, Aang., Suroso, Agus., dan Suliyanto. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Damayanti, Devi dan Pratama, Firman. (2022). Analisis Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan *Online Delivery Food* Menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling*. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*. Vol. 7. No. 10. hal. 14900-14913.

- Dewi, Raden Roro A. P. (2021). Analisis Pengaruh *Servicescape* dan Peran *Guest Relation Officer* Terhadap Minat Menginap Kembali dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Studi Pada Hotel Santika Premiere Jogja. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma. Diakses dari: <https://repository.usd.ac.id/40137/>.
- Disbudparpora Kota Madiun. (2022). *Data Kafe di Kota Madiun*. Madiun: Disbudparpora Kota Madiun.
- Djiwandono, Patrisius Istiarto. (2015). *Meneliti Itu Tidak Sulit: Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Dixit, Saurabh Kumar. (2020). *The Routledge Handbook of Tourism Experience Management and Marketing*. New York: Routledge.
- Elvera. (2020). *Pemasaran Pariwisata: Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Evelyna, Feby. (2022). Pengaruh *Servicescape*, Social Media Marketing dan Customer Experience terhadap Minat Berkunjung Kembali (Revisit Intention) pada Objek Wisata Rahayu River Tubing di Kabupaten Kebumen. *JBMA: Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi*. Vol. IX. No. 2. hal. 203-219. Diakses dari: <http://jurnal.stibsa.ac.id/index.php/jbma/article/view/147>.
- Fahleti, Widya Hana. (2018). Pengaruh *Servicescape* dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Tepian Pandan di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen (JEMI)*. Vol. 18. No. 2. hal. 64-72. Diakses dari: <https://ejurnal.unikarta.ac.id/index.php/jemi/article/view/531>.
- Firmansyah, Muhammad Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Fitria, Dafara Nur T., Yohana, Corry., dan Saidani, Basrah. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Pengguna *E-Commerce X* di DKI Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*. Vol. 2. No. 2. hal. 592-610. Diakses dari: <http://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk/article/view/325>.
- Ghozali, Imam dan Latan, Hengky. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2020). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0*. 2nd Ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, Fitria., Kurniullah, Ardhariksa, Zukhruf., Butarbutar, Marisi., Efendi., dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Halim, Abd., Matondang, A. Rahim., dan Lubis, Arlina Nurbaity. (2019). The Effect of Merchandise and Servicescape on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction at Pt. Gloria Jaya Sejahtera Medan. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*. Vol. 21. Issue 4. pp. 69-81. Accessed from: www.iosrjournals.org.
- Hanifah, R. D., Rianty, R., Djati, S. P., Jakaria, dan Agung, A. A. G. (2022). The Influence of Information Quality, Promotion, and Servicescape on Revisit Intention Mediated by Visitor Satisfaction during the New Normal Era of Covid-19 in Dunia Fantasi Jakarta. *International Journal of Social Science (IJSS)*. Vol. 2. Issue 3. pp. 1651-1662. Diakses dari: <https://bajangjournal.com/index.php/IJSS/article/view/3627>.
- Harsanto, Budi. (2022). *Dasar-Dasar Manajemen Operasi: Konsep, Batang Tubuh Ilmu dan Industri 4.0*. Edisi Kedua. Jakarta: Kencana.
- Hartono, Markus. (2018). *Kansei Engineering Di Industri Jasa: Sebuah Pendekatan Ergonomi Kontemporer*. Malang: Media Nusa Creative.
- Helaluddin dan Wijaya, Hengki. (2019). *Analisis Data Kualitatif. Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Jakarta: STT Jaffray.
- Hurriyati, Ratih., Tjahjono, Benny., Abdullah, Ade Gafar., Sulastris., dan Lisnawati. (2021). *Advances in Business, Management and Entrepreneurship*. London: Taylor & Francis Group.
- Isnandini, Novia dan Suhermin. (2018). Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Keanekaragaman Produk Terhadap Kepuasan dan Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 7. No. 4. hal. 1-21. Diakses dari: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1844>.
- Jamaludin., Sulistianto, S. W., Marthalia, Deby., Wikansari, Rinandita., Fachrurazi., Hiswanti., Indrayani, Etin., Zein, Afrizal., Khasanah., dan Veza, Okta. (2022). *Transformasi Digital dalam Dunia Bisnis*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Katsoni, Vicky dan Zyl, Ciná van. (2021). *Culture and Tourism in a Smart, Globalized, and Sustainable World*. Switzerland: Springer.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kurniawan, Rieskie., Zulkarnain, dan Rustam, Bambang Rianto. (2018). Pengaruh Servicescape Terhadap Service Performance dan Customer Satisfaction Pada Pelabuhan Kelas IV Pelindo I Cabang Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*. Vol. X. No. 3. hal. 515-533. Diakses dari: <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/view/6676>.

- Lam, Desmond. (2020). *Casino Management in Integrated Resorts*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Lovelock, Christopher dan Wright, Lauren. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Alih Bahasa: Agus Widyantoro. Jakarta: Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ma'ruf, M. Hasan dan Zailani, Abdullah. (2022). Effect of Service Quality and Servicescape on Hotel Customer Satisfaction In Solo. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*. Vol. 6. Issue 1. pp. 143-149. Accessed from: <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/4679>.
- Mujiono dan Wibawanto, Sigit. (2020). Pengaruh Attraction, Servicescape Wisata dalam Meningkatkan Revisit Intention Wisatawan dengan Visitor Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Obyek Wisata Bukit Pentulu Indah). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 2. No. 6. hal. 948-971. Diakses dari: <https://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/article/view/689>.
- Noor, Juliansyah. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nurhasanah, Aam dan Indrajit Richardus Eko. (2021). *Parenting 4.0: Mengenal Pribadi dan Potensi Anak Generasi Multiple Intelligences*. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Oh, Song-Heui and Oh, Jai-Woo. (2018). The Influence of Servicescape of Exhibition on the Visitors Immersion and Revisit Intention. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*. Vol. 118. No. 19. pp. 1703-1715.
- Pei, X. L., Guo, J. N., Wu, T. J., Zhou, W. X., & Yeh, S. P. (2020). Does the Effect of Customer Experience on Customer Satisfaction Create a Sustainable Competitive Advantage? A Comparative Study of Different Shopping Situations. *Sustainability*. Vol. 12. Issue 18. pp. 1-19. Accessed from: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/18/7436>.
- Pertiwi, Roro Dewi. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage di Kota Bandung Raya)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Roz, Kenny. (2021). Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Servicescape terhadap Revisit Intention. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 8. No. 1. hal. 132-141. Diakses dari: <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/5627>.
- Sandy, Klara Noviantika dan Pangestuti, Edriana. (2017). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Pada Minat Untuk

- Berkunjung Kembali (*Revisit Intention*) (Survei pada Pengunjung Kusuma Agrowisata, Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 50. No. 6. hal. 121-128. Diakses dari: <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1226028>.
- Sekaran, Uma. (2014). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Research Methods for Business)*. Buku 1 Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Shah, M. A. dan Handrito, R. P. (2022). Pengaruh *Servicescape* Terhadap Minat Kunjung Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Vol. 01. No. 1. hal. 114-121. Diakses dari: <https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/10>.
- Shen, Xiangdong. and Bae, Byungryul. (2018). The Effect of Coffee Shop's *Servicescape* on the Customer Loyalty-Focused on Jeonju Area. *Journal of Industrial Distribution & Business*. Vol. 9. Issue 3. pp. 89-98. Accessed from: <https://koreascience.kr/article/JAKO201816357065418.page>.
- Situmorang, Wahyu R., Rini, Endang S., dan Sembiring, Beby Karina F. (2020). The Effect of Social Media, *Servicescape* and Customer Experience on Revisit Intention with The Visitor Satisfaction as an Intervening Variables in The Tree House on Tourism Habitat Pamah Semelir Langkat Regency. *International Journal of Research and Review*. Vol. 7. Issue 2. pp. 79-84. Diakses dari: https://www.ijrrjournal.com/IJRR_Vol.7_Issue.2_Feb2020/Abstract_IJRR0011.html.
- Solikhin, Agus., Lubis, Tona Aurora., dan Firmansyah. (2020). *Nilai Hedonic & Nilai Kegunaan Pada Bisnis Food Truck*. Jambi: Salim Media Indonesia.
- Solimun., Nurjannah., Amaliana, Luthfatul., dan Fernandes, Adji Achmad Rinaldo. (2019). *Metode Statistika Multivariat Generalized Structured Component Analysis (GSCA) Pemodelan Persamaan Struktural (SEM)*. Malang: UB Press.
- Sotiriadis, Marios dan Gursoy, Dogan. (2016). *The Handbook of Managing and Marketing Tourism Experiences*. Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Wilson, Alan., Zeithaml, Valarie A., Bitner, Mary Jo., and Gremler, Dwayne D. (2016). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. Third European Edition. Berkshire: McGraw-Hill Education.

- Yin, Robert K. (2018). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Alih Bahasa: Djamil Mudzakir. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yusuf, Muri A. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Zeithaml, Valarie. A., Bitner, Mary Jo., & Gremler, Gremler, Dwayne D. (2018). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 7th ed. New York: McGraw-Hill Education.