

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Menurut temuan analisis data pada variabel yang mempengaruhi keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian tambahan di Toko Kopi Tuku, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan suasana toko memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pelanggan untuk melakukannya. Kedua faktor ini memberikan pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk menjadi pelanggan yang loyal.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bukti yang kuat dan signifikan secara statistik bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh yang positif terhadap kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian berulang. Temuan ini mengindikasikan bahwa terdapat korelasi yang erat antara kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan dengan niat mereka untuk kembali melakukan pembelian di masa mendatang. Dengan kata lain, konsumen cenderung untuk kembali bertransaksi apabila mereka merasakan pengalaman layanan yang memuaskan. Kualitas layanan yang baik mencakup berbagai aspek seperti responsivitas, keandalan, kepastian, empati, dan penampilan karyawan. Responsivitas karyawan mendapatkan apresiasi tertinggi dari konsumen, yang mencerminkan pentingnya kesigapan dan kemampuan karyawan dalam merespons kebutuhan pelanggan dengan cepat. Hal ini menciptakan rasa nyaman dan kepercayaan pada konsumen.

Namun, ada satu aspek yang perlu ditingkatkan, yaitu profesionalisme visual karyawan. Meskipun secara keseluruhan layanan sudah dianggap memadai, penampilan karyawan yang lebih profesional dapat memberikan kesan yang lebih baik kepada konsumen. Oleh karena itu, penting bagi Toko Kopi Tuku untuk terus menjaga kualitas layanan secara konsisten dan memberikan pelatihan kepada karyawan agar mereka mampu memberikan pengalaman yang lebih baik kepada konsumen.

Selain kualitas layanan, suasana toko juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. Elemen-elemen seperti aroma, tata ruang, pencahayaan, dan musik menjadi faktor utama yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap suasana toko. Aroma toko, misalnya, menjadi elemen yang paling dihargai oleh konsumen. Aroma yang khas dan menyenangkan dapat menciptakan pengalaman yang positif dan membuat konsumen betah untuk berlama-lama di toko karena merasa nyaman.

Di sisi lain, meskipun suasana toko secara keseluruhan telah diapresiasi oleh konsumen, ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti pengaturan volume musik. Musik yang terlalu keras atau tidak sesuai dengan suasana toko dapat mengurangi kenyamanan konsumen. Dengan mengatur elemen-elemen ini secara lebih optimal, Toko Kopi Tuku dapat menciptakan suasana yang lebih menarik dan berkesan bagi pelanggan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kualitas layanan dan suasana toko adalah dua faktor penting yang tidak hanya memengaruhi keputusan konsumen untuk kembali membeli tetapi juga membantu membangun hubungan jangka panjang antara toko dan pelanggannya. Dengan terus menjaga kualitas layanan yang unggul dan menciptakan suasana toko yang menyenangkan, Toko Kopi Tuku dapat mempertahankan loyalitas pelanggan sekaligus menarik pelanggan baru, yang pada akhirnya akan meningkatkan keberlanjutan bisnis mereka di masa depan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Metode Sampling: Penelitian ini menggunakan metode convenience sampling, yang dapat menyebabkan bias. Hal ini disebabkan oleh peluang yang berbeda-beda untuk semua populasi agar dapat menjadi responden. Akibatnya, hasil penelitian mungkin kurang representatif terhadap populasi pelanggan Toko Kopi Tuku secara keseluruhan.
2. Konteks Lokal: Penelitian ini hanya berfokus pada Toko Kopi Tuku di wilayah Jakarta Selatan, sehingga temuan tidak dapat langsung

digeneralisasikan untuk semua cabang Toko Kopi Tuku atau kedai kopi lain dengan konsep serupa di Indonesia.

3. Variabel Penelitian Terbatas: Penelitian ini hanya mempertimbangkan kualitas layanan dan suasana toko sebagai variabel independen, sementara faktor lain yang mungkin memengaruhi minat beli ulang, seperti harga, kepercayaan, dan loyalitas merek, tidak dianalisis.
4. Instrumen Penelitian: Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mengandalkan persepsi subjektif responden. Hal ini dapat menyebabkan bias karena responden mungkin memberikan jawaban yang tidak sepenuhnya mencerminkan pengalaman nyata mereka.

5.3 Saran

Saran yang dapat disampaikan oleh peneliti kepada pihak perusahaan maupun peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Toko Kopi Tuku disarankan untuk mempertahankan empati karyawan sebagai salah satu aspek layanan yang paling signifikan dalam memengaruhi minat beli ulang konsumen. Empati dapat terus diperkuat melalui pelatihan rutin yang berfokus pada kemampuan interpersonal, sehingga karyawan mampu memberikan perhatian personal dan memahami kebutuhan pelanggan secara lebih baik. Selain itu, peningkatan pada penampilan unsur fisik karyawan juga penting dilakukan, seperti menyediakan seragam yang seragam, menjaga grooming karyawan, serta memastikan tampilan yang rapi dan profesional.

Pencahayaan di toko, yang dinilai sudah optimal oleh pelanggan, perlu dipertahankan untuk menjaga suasana yang nyaman dan mendukung pengalaman pelanggan selama berada di toko. Namun, perusahaan perlu meningkatkan elemen aroma di dalam toko. Penggunaan aroma khas yang menyenangkan dan konsisten dapat memperkuat identitas merek Toko Kopi Tuku serta menciptakan pengalaman sensorik yang lebih berkesan bagi pelanggan.

Pengelolaan suasana toko secara keseluruhan juga perlu dilakukan dengan lebih holistik. Musik yang diputarkan harus diatur dengan volume yang

sesuai agar tidak mengganggu kenyamanan pelanggan. Tata ruang toko harus memberikan ruang gerak yang cukup serta area duduk yang ergonomis, sehingga pelanggan merasa nyaman untuk menikmati produk mereka. Di sisi lain, strategi pemasaran dapat diperkuat dengan mengadopsi program loyalitas bagi pelanggan setia dan promosi produk baru yang relevan dengan preferensi konsumen. Dari sisi operasional, penerapan sistem antrian digital dan penambahan staf pada jam-jam sibuk akan membantu mengurangi waktu tunggu pelanggan, meningkatkan efisiensi pelayanan, serta menjaga kepuasan pelanggan.

2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar cakupan sampel diperluas dengan menggunakan metode sampling probabilitas untuk meningkatkan representasi populasi. Penelitian juga dapat mencakup cabang Toko Kopi Tuku di wilayah lain serta mempertimbangkan variabel tambahan seperti harga, loyalitas merek, dan kepercayaan pelanggan guna memberikan analisis yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian longitudinal dapat dilakukan untuk memahami perubahan perilaku pelanggan dalam jangka panjang, serta menggabungkan metode kualitatif, seperti wawancara mendalam atau observasi, untuk menggali wawasan yang lebih mendalam. Analisis segmentasi konsumen berdasarkan demografi dan studi perbandingan dengan kedai kopi lain juga dapat memberikan perspektif baru bagi pengembangan strategi pemasaran.