

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah disajikan pada bab sebelumnya, penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. a. Kualitas pelayanan pada The Bond's Café setelah Pandemi Covid-19 berdasarkan indikator *Tangible* (Bukti fisik); *Empathy* (Empati); *Reliability* (Reliabilitas); *Responsiveness* (Daya tanggap); *Assurance* (Jaminan) secara keseluruhan tergolong **cukup berkualitas**. Indikator dengan skor tertinggi yakni *reliability* (reliabilitas) yang artinya banyak pengunjung yang merasa bahwa karyawan memberikan pelayanan yang sigap dan pengunjung merasa pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan. Serta, masih ada indikator dengan total skor terendah yaitu berkaitan dengan *tangible* (bukti fisik), yang artinya fasilitas yang tersedia belum lengkap, menarik, rapi, dan modern, serta karyawan belum berpenampilan menarik dan berpakaian rapi, yang mana dampak dari perubahan kualitas pelayanan setelah Pandemi Covid-19 dirasakan memberikan hambatan karena beberapa pengunjung mengeluh atas masalah fasilitas tempat yang ada yaitu ruang *hang out* yang tidak cukup luas hingga disaat kondisi tertentu seperti akhir pekan, masih didapat momen *waiting list* atau pengunjung yang ingin berkunjung pindah ke tempat lainnya, serta fasilitas yang disediakan belum

optimal menyesuaikan dengan perkembangan mode dan *style* yang berkembang pada saat ini setelah Pandemi Covid-19.

- b. Kemudian, persepsi harga pada The Bond's Café setelah Pandemi Covid-19 berdasarkan indikator keterjangkauan harga; harga ganjil yang ditetapkan; kesesuaian harga dengan kualitas produk; kesesuaian harga dengan manfaat; harga sesuai kemampuan atau daya saing harga; periode harga yang ditetapkan secara keseluruhan tergolong **cukup sesuai**. Indikator dengan total skor tertinggi yakni kesesuaian harga dengan kualitas produk yang artinya penawaran harga yang diberikan The Bond's Café dalam satu paket dan diskon minuman beralkohol yang diberikan kepada pengunjung sesuai dengan kualitas yang diberikan atau sepadan, serta harga yang ditawarkan kepada pengunjung atas kualitas produk sesuai dengan harapan pengunjung. Serta masih ada indikator dengan total skor terendah yaitu harga sesuai kemampuan atau daya saing harga yang artinya harga produk yang ditawarkan tidak lebih murah dibanding pelaku usaha lainnya dan harga yang ditawarkan tidak begitu sepadan dengan kemampuan membeli pengunjung, sehingga menurut mereka harga yang tertera masih belum murah dibanding dengan tempat lainnya.
- c. Serta, minat beli ulang pada The Bond's Café setelah Pandemi Covid-19 dengan indikator minat transaksional; minat referensial; minat preferensial; minat eksploratif secara keseluruhan tergolong **cukup minat**. Indikator dengan total skor tertinggi yakni minat eksploratif yang artinya banyak pengunjung mencari informasi mengenai produk *best seller* di The Bond's Café, banyak pengunjung mencari informasi

mengenai harga paket atau promo atau hemat, dan pengunjung memberikan beberapa saran untuk keberlangsungan usaha The Bond's Café. Serta, masih ada indikator dengan total skor terendah yakni minat preferensial, yang artinya sebagian besar pengunjung tidak lebih memilih berkunjung ke The Bond's Café dibanding tempat sejenis lainnya, dan setelah Pandemi Covid-19 The Bond's Café tidak menjadi tempat utama pengunjung untuk melepas penat. Yang mana The Bond's Café mengalami penurunan pengunjung setelah Pandemi Covid-19 dikarenakan banyak pengunjung yang merasa minatnya berkurang terkait beberapa hal seperti banyak dari pengunjung yang berkunjung tidak lebih dari dua kali untuk datang kembali, sebagian besar pendatang ialah pengunjung baru yang secara kebetulan menyewa tempat singgah di sekitar The Bond's Café, dan pengunjung yang datang harus menunggu *waiting list* yang mana kurang begitu luasnya tempat The Bond's Café ketika dalam kondisi ramai pengunjung.

2. Kualitas pelayanan memengaruhi minat beli ulang secara signifikan pada Pengunjung The Bond's Café setelah Pandemi Covid-19 secara parsial. Berdasarkan hasil yang diperoleh, jelas bahwa peningkatan kualitas pelayanan itu penting dan memberikan dampak bagi minat beli ulang pada Pengunjung setelah Pandemi Covid-19, yaitu kualitas pelayanan kepada pengunjung setelah Pandemi Covid-19 dapat diberikan secara maksimal serta optimal, perubahan kualitas pelayanan setelah Pandemi Covid-19 bagi pelaku usaha harus dapat menyesuaikan dan cepat beradaptasi agar dapat meningkatkan minat pembelian ulang pengunjungnya, serta mengurangi terjadinya miskomunikasi dari pengunjung yang mana akan

meningkatkan kualitas dari pelayanan yang diberikan dan penambahan jumlah *waiter* atau *waitress* The Bond's Café yang saat ini masih sedikit.

3. Persepsi harga memengaruhi minat beli ulang secara signifikan pada Pengunjung di The Bond's Café setelah Pandemi Covid-19 secara parsial. Berdasarkan hasil yang diperoleh, jelas bahwa kesesuaian persepsi harga itu penting dan memberikan dampak bagi peningkatan minat beli ulang pada Pengunjung setelah Pandemi Covid-19, yaitu minat beli ulang pada pengunjung akan mengalami peningkatan dibandingkan dengan sebelum Pandemi Covid-19, yang artinya harga produk yang tersedia di The Bond's Café harus bisa diperbaiki untuk dapat lebih murah dibanding dengan pelaku usaha lainnya yang berada di sekitar Bandung. Kemudian, harus terjangkau untuk sebagian besar produk yang mana pada pelaku usaha lainnya juga harga yang ditawarkan lebih bersaing, terlebih lagi bagi pengunjung seperti mahasiswa. Serta, pada kondisi saat ini harga yang ditawarkan harus lebih murah atau setara dibandingkan dengan sebelum Pandemi Covid-19.
4. Kualitas pelayanan dan persepsi harga memengaruhi minat beli ulang secara signifikan pada Pengunjung di The Bond's Café setelah Pandemi Covid-19 secara simultan. Berdasarkan hasil yang diperoleh, jelas bahwa meningkatnya kualitas pelayanan dan kesesuaian persepsi harga itu perlu dilakukan secara berkala dan optimal, serta memberikan dampak bagi peningkatan minat beli ulang pada Pengunjung di The Bond's Café setelah Pandemi Covid-19, yaitu kualitas pelayanan kepada pengunjung dapat ditingkatkan secara berkala, perubahan kualitas pelayanan setelah Pandemi Covid-19 bagi pelaku usaha harus dapat menyesuaikan dan cepat

beradaptasi agar dapat meningkatkan minat pembelian ulang pengunjungnya. Serta, dampak lainnya yaitu persepsi harga dari pengunjung setelah Pandemi Covid-19 pada The Bond's Café dapat diberikan secara optimal, penyesuaian persepsi harga setelah Pandemi Covid-19 yakni harga produk yang tersedia di The Bond's Café harus bisa diperbaiki untuk dapat lebih murah dibanding dengan pelaku usaha lainnya yang berada di sekitar Bandung.

Berdasarkan kesimpulan diatas, apabila The Bond's Café memperbaiki permasalahan yang terjadi pada kualitas pelayanan dan persepsi harga, maka minat beli ulang pada pengunjung akan meningkat pada The Bond's Café setelah Pandemi Covid-19. Melihat bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, serta kualitas pelayanan dan persepsi harga bersama-sama memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, sehingga semakin baik kualitas pelayanan dan semakin sesuai persepsi harga, maka semakin baik pula minat beli ulang dari Pengunjung The Bond's Café setelah Pandemi Covid-19.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis dapat memberikan saran diantaranya:

1. Kualitas pelayanan pada The Bond's Café setelah Pandemi Covid-19 termasuk dalam klasifikasi cukup berkualitas dengan total skor terendah yakni *tangible* (bukti fisik). Yang mana hal ini, disarankan bagi The Bond's Café untuk memastikan café selalu bersih dan terjaga dengan baik, mulai dari meja, kursi, peralatan makan, dan juga area toilet. Fasilitas tempat yang ada yaitu ruang *hang out* harus diperbaiki agar cukup luas hingga disaat kondisi tertentu seperti akhir pekan, tidak didapat momen *waiting list* atau pengunjung yang ingin berkunjung tidak akan pindah ke tempat lainnya, serta fasilitas yang disediakan harus dapat menyesuaikan dengan perkembangan mode dan *style* yang berkembang pada saat ini setelah Pandemi Covid-19. Hal ini akan meningkatkan kesan positif terhadap café dan membuat pengunjung The Bond's Café lebih nyaman. Pastikan menu café selalu tersedia dan diperbarui secara berkala. Hal ini akan membuat pengunjung tidak bosan dengan menu yang selalu sama dan membuat mereka lebih tertarik untuk mencoba menu baru. Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan kualitas pelayanan pada indikator *tangible* (bukti fisik) akan meningkat.
2. Persepsi harga pada The Bond's Café termasuk dalam klasifikasi cukup sesuai dengan total skor terendah yakni harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. Yang mana hal ini, disarankan bagi The Bond's Café memberikan produk yang ditawarkan harus lebih murah atau setara dibanding pelaku usaha lainnya dan harga yang ditawarkan The Bond's

Café harus sepadan dengan kemampuan membeli pengunjung, memberikan penjelasan mengapa harga tersebut ditetapkan, menerapkan strategi harga yang konsisten, pastikan harga yang ditetapkan konsisten dan tetap pada harga yang sama selama jangka waktu yang lama, harga yang sering berubah-ubah dapat membingungkan pengunjung dan menurunkan minat beli, mengembangkan program loyalitas yang dapat membantu meningkatkan minat beli ulang pengunjung dengan memberikan insentif kepada mereka yang telah melakukan pembelian sebelumnya, program loyalitas ini bisa berupa program diskon, *reward* poin atau bonus produk.

3. Minat beli ulang pada Pengunjung The Bond's Café termasuk dalam klasifikasi cukup minat dengan total skor terendah yakni minat preferensial. Yang mana hal ini, disarankan bagi The Bond's Café untuk mengukur seberapa banyak pengunjung yang tetap setia dan membeli kembali produk atau layanan dalam jangka waktu tertentu, misalnya dalam tiga bulan; enam bulan atau satu tahun, tempat The Bond's Café harus diperbarui cukup luas agar ketika dalam kondisi ramai, pengunjung lebih memilih berkunjung ke The Bond's Café dibanding tempat sejenis lainnya, dan setelah Pandemi Covid-19 The Bond's Café menjadi tempat utama pengunjung untuk melepas penat, dan pengunjung yang merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain cenderung memiliki minat beli ulang yang tinggi.
4. Kualitas pelayanan dan persepsi harga memengaruhi minat beli ulang pada pengunjung di The Bond's Café setelah Pandemi Covid-19 masih tergolong cukup baik. Melalui hal tersebut, bagi peneliti selanjutnya yang

tertarik melakukan penelitian yang serupa, agar menambahkan keputusan pembelian; kualitas produk; kepuasan pengunjung; citra; loyalitas konsumen; dan promosi, dan menambahkan jumlah sampel pada metode penelitiannya, serta mencari indikator dan faktor lainnya yang memengaruhi variabel minat beli ulang.