

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah Citra Restoran dan Nilai yang dirasakan memiliki pengaruh yang positif terhadap Niat Pelanggan dengan variabel Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta berbagai pengujian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut :

1. Citra Restoran berpengaruh positif terhadap Nilai yang dirasakan Mixue Purwokerto
2. Citra Restoran berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Mixue Purwokerto
3. Nilai yang dirasakan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Mixue Purwokerto
4. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku Mixue Purwokerto
5. Kepuasan Pelanggan mampu memediasi Citra Restoran terhadap Niat Perilaku Mixue Purwokerto
6. Kepuasan Pelanggan mampu memediasi Nilai yang dirasakan terhadap Niat Perilaku Mixue Purwokerto

5.2 Saran

1. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian tidak hanya pada konsumen Mixue di Purwokerto, tetapi juga pada wilayah lain atau merek restoran sejenis agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas. Selain itu, penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel lain yang berpotensi

memengaruhi niat perilaku konsumen, seperti kepercayaan merek, persepsi harga, kualitas produk, atau loyalitas pelanggan. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan campuran (mixed methods) dengan menambahkan wawancara mendalam atau observasi langsung guna menggali lebih dalam alasan konsumen dalam menilai citra restoran dan kepuasan mereka terhadap layanan Mixue. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor psikologis dan emosional yang mendorong niat perilaku konsumen. Selain itu, perbandingan antara beberapa merek minuman cepat saji atau restoran dengan konsep serupa juga dapat dilakukan untuk melihat perbedaan persepsi nilai dan kepuasan yang memengaruhi niat perilaku di berbagai konteks bisnis kuliner. Dengan demikian, penelitian mendatang dapat memberikan kontribusi yang lebih luas terhadap pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan loyalitas pelanggan di industri makanan dan minuman.

2. Saran Bagi Mixue Purwokerto

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa citra restoran, nilai yang dirasakan berpengaruh terhadap niat perilaku konsumen melalui kepuasan pelanggan, maka pihak Mixue Purwokerto disarankan untuk terus membangun dan mempertahankan citra restoran yang positif. Hal ini dapat dilakukan dengan menjaga kebersihan dan kenyamanan tempat, meningkatkan kualitas pelayanan karyawan, serta menampilkan citra merek yang konsisten dan menarik di berbagai media promosi. Selain itu, Mixue perlu memperhatikan nilai yang dirasakan pelanggan, baik dari segi kualitas produk, harga yang kompetitif, maupun pengalaman konsumsi yang menyenangkan. Dengan memberikan nilai yang sesuai dengan harapan konsumen, maka kepuasan pelanggan akan meningkat, yang pada akhirnya mendorong niat untuk berkunjung kembali dan memberikan rekomendasi positif. Mixue Purwokerto juga diharapkan terus meningkatkan kepuasan pelanggan melalui inovasi menu, peningkatan kecepatan layanan, serta

menjaga rasa dan kualitas produk yang konsisten. Selain itu, membangun hubungan emosional dengan pelanggan melalui program loyalitas, pelayanan ramah, dan interaksi positif di media sosial dapat memperkuat keterikatan konsumen terhadap merek. Dengan strategi yang berfokus pada peningkatan citra restoran, persepsi nilai, dan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan, Mixue Purwokerto diharapkan mampu mempertahankan serta meningkatkan niat perilaku konsumen dalam jangka panjang.

3. Saran Bagi Konsumen Mixue

Bagi konsumen Mixue, penting untuk menjadi konsumen yang bijak dan objektif dalam menilai suatu restoran. Konsumen diharapkan menilai berdasarkan pengalaman pribadi, baik dari segi rasa, kebersihan, maupun kenyamanan saat berkunjung. Selain itu, konsumen juga diharapkan berperan aktif dalam memberikan masukan dan saran yang membangun kepada pihak Mixue, baik secara langsung maupun melalui media sosial, sehingga pihak restoran dapat terus memperbaiki kualitas produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan serta harapan pelanggan. Dengan demikian, konsumen turut berkontribusi dalam menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara Mixue dan pelanggannya, serta membantu menjaga citra positif restoran di mata masyarakat.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Tidak bisa dipungkiri dalam penelitian ini jauh dari kata sempurna, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan antara lain:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada tiga variabel utama, yaitu Citra Restoran, Nilai yang Dirasakan, dan Kepuasan Pelanggan dalam memengaruhi Niat Perilaku Konsumen. Padahal, masih terdapat variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi niat perilaku, seperti kepercayaan merek, persepsi harga, kualitas layanan, atau loyalitas pelanggan, yang belum dikaji lebih lanjut dalam penelitian ini.

2. Sampel penelitian ini hanya terbatas pada konsumen Mixue di wilayah Purwokerto, sehingga hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan ke wilayah lain atau merek restoran serupa di luar Purwokerto. Perbedaan karakteristik demografis dan budaya konsumen di daerah lain mungkin menghasilkan temuan yang berbeda.
3. Metode pengumpulan data hanya menggunakan kuesioner, sehingga peneliti tidak dapat menggali alasan mendalam di balik persepsi dan perilaku konsumen. Apabila dikombinasikan dengan metode kualitatif seperti wawancara atau observasi langsung, penelitian mendatang dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan niat perilaku pelanggan.
4. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif cross-sectional (satu waktu), sehingga belum mampu menggambarkan perubahan persepsi atau perilaku konsumen dalam jangka panjang. Penelitian berikutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan longitudinal agar dapat melihat dinamika hubungan antar variabel dari waktu ke waktu.

