

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh beberapa variabel terhadap minat berkunjung kembali pada Fourbunch Coffee Surabaya serta beberapa pembahasan hasil yang dikemukakan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Store atmosphere memberikan efek yang besar terhadap minat kunjung ulang konsumen fourbunch coffee Surabaya, sehingga hipotesis dapat diterima. Artinya semakin menarik store atmosphere yang ditawarkan fourbunch coffee Surabaya, akan meningkatkan keinginan konsumen untuk berkunjung kembali.
2. Variasi produk memberikan efek yang besar terhadap minat kunjung ulang konsumen fourbunch coffee Surabaya, sehingga hipotesis dapat diterima. Artinya semakin menarik variasi produk yang ditawarkan fourbunch coffee Surabaya, akan meningkatkan keinginan konsumen untuk berkunjung kembali.

5.2 Saran

Dengan kesimpulan yang didapat diatas, terdapat juga saran yang diberikan untuk pertimbangan sebagai unsur pengambilan keputusan, diantaranya sebagai berikut :

1. Fourbunch Coffee Surabaya dapat memperhatikan store atmosphere khususnya pada bagian exterior. Semakin menarik exterior dalam menarik konsumen yang melewati toko akan meningkatkan keinginan konsumen untuk berkunjung kembali pada Fourbunch Coffee Surabaya.
2. Fourbunch Coffee Surabaya dapat memperhatikan variasi produk dalam segi harga, jarak harga yang terlalu jauh dalam suatu perbedaan varian ukuran akan mempengaruhi konsumen untuk berkunjung kembali pada Fourbunch Coffee Surabaya

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanto, M. (2019). Analisis Aktivitas Promosi Melalui Media Sosial, Event, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Kunjung Kembali Di Soulkitchen Cemilovers PIT-STOP. . *Jurnal Universitas Bangka Belitung*.
- Chandra, S. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Kunjung Ulang Konsumen Ke Miko Mal Kopo Bandung. *Jurnal Universitas Parayangan*.
- Fitriani, & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Breaktime Kota Bima. *Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik)*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Isnaini, P. R. (2017). Pengaruh Citra Merek Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Pengunjung Serta Dampaknya Pada Minat Kunjung Ulang (Survei Pada Pengunjung Taman Rekreasi Selecta Kota Batu Yang Termasuk Dalam Kategori Generasi Millennial). . *Jurnal Praktik Bisnis*.
- Katarika, D., & Syahputra. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica, Vol.1 No.2*.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*.
- Levy, & Weitz. (2012). *Retailing Management Information Center*. New York: Mcgraw Hill Higher Education.
- Marpaung, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Air Terjun Ponot Di Desa Tangga Kecamatan Aek Songsongan Kabupaten Asahan. *Multidisiplin Ilmu UNA*.
- Pratama, R., & Purwanto, S. (2022). Analisis Minat Kunjung Ulang Di Café Kopi Kappie Pucang Adi Surabaya. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*.
- Rahmadeni. (2013). Pengaruh Harga Dan Referensi Komunitas Terhadap Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah Di Kota Padang. *Jurnal Universitas Bung Hatta*.
- Regindratama, A. (2023). Pengaruh Variasi Produk Dan Display Layout Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi

- Di Toko Src Jumasri Talang Kawo Merangin Jambi. *Oikos : Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan Ekonomi*.
- Sanjaya, A. (2018). Etika Bisnis Dan Entrepreneurship Dalam Pembangunan Ekonomi Bali: Dalam Perspektif Hindu. . *Dharmasmrti: Jurnal Ilmu Agama Dan Kebudayaan*.
- Saraswati, K. D. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata, Vol. 1 (No. 2)*.
- Seftiani. (2016). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung Bandar. *Jurnal Universitas Islam Negeri Raden Intan*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Supriono. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Pengunjung Mall Di Kota Malang). . *Journal Of Applies Bussiness Administration Vol. 2, No. 1*.
- Utama, R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wulanjani, H., & Derriawan. (2017). Dampak Utilitarian Value Dan Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Dan Revisit Intention. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.2 No.2*.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Saudara-saudari yang saya hormati,
Assalamualaikum Wr. Wb.,

Dengan hormat saya Alfin Febrian Wicaksono dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur sebagai penulis meminta kesedian saudara-saudari meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner.

Kuisisioner ini digunakan dalam rangka penelitian “Pengaruh Store Atmosphere dan Variasi Produk terhadap Minat Kunjung Ulang pada Fourbunch Coffee Surabaya”

Atas kesediaan dan kerja sama saudara-saudari diucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Penulis

Alfin Febrian
Wicaksono

A. Identitas Responden

Umur

:

Jenis Kelamin

Pria

Wanita

Apakah anda pernah mengunjungi

Fourbunch Coffee Surabaya : Ya
 Tidak

B. Petunjuk Pengisian

Contoh Pengisian Kuisisioner

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Saya menyukai Kopi v60 Fourbunch Coffee Surabaya			√		

Keterangan Skor Penilaian

SS	SANGAT SETUJU	5
S	SETUJU	4
CS	CUKUP SETUJU	3
TS	TIDAK SETUJU	2
STS	SANGAT TIDAK SETUJU	1

C. Pernyataan Kuisisioner

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	CS	S	SS
Variabel Store Atmosphere (X1)						
1	Bagian Exterior Fourbunch Coffee terdesain dengan menarik					
2	Saya menyukai tampilan cahaya dan kebersihan di bagian dalam Fourbunch Coffee Surabaya					

3	Penataan letak meja dan kursi di dalam Fourbunch Coffee Surabaya membuat pelanggan nyaman					
4	Tampilan Interior seperti hiasan lukisan dan produk kopi yang terpasang di Fourbunch Coffee Surabaya menarik untuk dijadikan bahan foto untuk keperluan sosial media					
Variabel Variasi Produk (X2)						
1	Saya merasa ukuran gelas kopi dan non kopi di fourbunch sudah pas untuk pelanggan					
2	Harga dari minuman kopi dan non kopi yang ditawarkan oleh Fourbunch Coffee Surabaya cukup ekonomis					
3	Tampilan makanan dan minuman yang ditawarkan menarik bagi pelanggan					
4	Ketersediaan produk yang dijual oleh Fourbunch Coffee Surabaya melengkapi keinginan pelanggan					
Variabel Minat Kunjung Ulang (Y)						
1	Saya memiliki keinginan untuk mengunjungi fourbunch kembali					
2	Saya akan merekomendasikan kepada teman teman dan kerabat untuk datang ke Fourbunch Coffee Surabaya					
3	Saya memberikan penilaian pada review Google maps tentang Fourbunch Coffee Surabaya					
4	Saya ingin memberikan masukan kepada pihak Fourbunch Coffee Surabaya berdasarkan pengalaman saya mengunjungi Fourbunch Coffee Surabaya					

Lampiran 2 Tabulasi Kuisisioner

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
1	3	3	4	3	4	3	4	5	4	4	5	4
2	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5
3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5
4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4
5	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5
6	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	5	4
7	2	3	2	4	2	2	2	1	3	3	3	4
8	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	3	3
9	2	2	1	2	1	1	2	2	3	2	3	3
10	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5
11	4	4	3	4	3	4	3	4	5	4	5	4
12	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4
13	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
14	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
15	1	1	2	2	2	1	1	2	3	3	3	3
16	4	3	3	4	3	4	3	4	4	5	4	5
17	2	2	2	3	2	1	2	1	3	3	4	3
18	1	1	1	2	2	1	1	2	3	2	3	3
19	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	4	4
20	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4
21	4	4	3	4	3	3	3	5	4	4	4	5
22	5	5	4	4	4	5	3	4	5	5	4	5
23	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4
24	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4
25	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5
26	3	3	4	3	3	3	5	5	4	4	3	4
27	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5
28	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4
29	3	2	2	2	2	1	1	2	3	3	3	3
30	2	1	2	2	1	1	1	2	3	2	2	3
31	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	5
32	3	4	3	4	2	3	2	3	4	4	4	4

33	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2
34	2	3	3	2	1	3	1	2	3	3	3	3
35	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5
36	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5
37	4	4	4	3	3	2	3	2	4	4	4	4
38	2	2	1	2	2	2	1	3	2	3	3	3
39	3	4	3	4	4	3	4	5	4	5	4	4
40	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5
41	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5
42	5	4	3	4	3	4	5	5	5	3	4	5
43	3	3	2	2	3	2	2	3	4	4	3	3
44	2	1	1	2	2	2	2	4	3	2	2	3
45	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5
46	3	2	4	3	5	5	4	3	4	4	5	5
47	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4
48	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5
49	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5
50	3	3	2	2	2	2	2	1	4	3	3	4
51	1	1	1	2	1	2	1	3	2	2	2	3
52	2	1	1	1	1	2	2	2	3	3	2	3
53	3	3	2	2	2	2	3	3	4	4	3	4
54	2	2	1	2	2	2	1	3	2	3	3	3
55	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5
56	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
57	4	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4
58	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4
59	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	4
60	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4
61	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5
62	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3	2	2
63	1	1	1	2	2	2	1	2	3	2	3	3
64	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	4	5
65	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	5
66	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5
67	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5

68	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
69	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
70	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
71	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5
72	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5
73	2	2	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
74	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2
75	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5
76	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4
77	4	5	4	5	3	3	4	5	5	5	4	5
78	2	2	2	3	1	1	2	2	3	3	2	2