BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan analisis data terhadap pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) di Otista Jakarta Timur, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *store atmosphere* (X_1) dan *customer experience* (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention* (Y). Hal ini dibuktikan dari hasil uji F dimana $F_{hitung} > F_{tabel,}$ yaitu 83,258 > 3,09 dan sig 0,000 < 0,05 sehingga Ha diterima. Besarnya pengaruh sebesar 0,632 (63,2%). Sedangkan 36,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Variabel *store atmosphere* (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention* (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel,}$ yaitu 2,413 > 1,985, dengan nilai signifikansi 0,018 < 0,05 sehingga Ha diterima. Besarnya pengaruh sebesar 0,525 (52,5%). Sedangkan 47,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Variabel *customer experience* (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention* (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel,}$ yaitu 5,298 > 1,985, dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga Ha diterima. Besarnya pengaruh sebesar 0,610 (61%).

Sedangkan 39% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dijelaskan dipembahasan serta kesimpulan yang telah diperoleh, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Variabel *store atmosphere*, *Kentucky Fried Chicken* (KFC) perlu meningkatkan *atmosphere* dengan memberikan daya tarik visual bagi konsumen pada bagian luar restoran untuk menambah kenyamanan dan menarik minat pengunjung, serta mempertahankan peran penting logo dan papan nama restoran khas *Kentucky Fried Chicken* (KFC) untuk membantu konsumen menemukan lokasi restoran dengan mudah dalam pembentukan minat berkunjung kembali.
2. Variabel *customer experience*, *Kentucky Fried Chicken* (KFC) disarankan untuk meningkatkan pengalaman sensori dengan kesesuaian pemilihan musik yang diputar agar dapat memberikan kenyamanan saat pelanggan menyantap makanan, serta mempertahankan *atmosphere* yang diciptakan oleh restoran agar mendukung kebutuhan pelanggan untuk pertemuan dengan keluarga dan teman-teman.
3. Variabel *revisit intention*, *Kentucky Fried Chicken* (KFC) disarankan untuk meningkatkan program loyalitas pelanggan dengan menawarkan poin *reward* atau promo kunjungan ulang, serta mempertahankan peran penting rekomendasi sosial (keluarga, teman, pasangan) yang pada gilirannya meningkatkan minat mereka untuk berkunjung kembali.