

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Simpulan berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada variabel *store atmosphere*, fasilitas, produk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut :

1. *Store Atmosphere* (X_1)

Store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dikarenakan *store atmosphere* atau suasana di Pujasera De Boim Cafe Keputih Surabaya membuat pelanggan yang datang kesana merasa nyaman saat bersantai, saat mengerjakan tugas sekolah atau kuliah serta membahas soal bisnis.

2. Fasilitas (X_2)

Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dikarenakan fasilitas yang disediakan di Pujasera De Boim Cafe Keputih Surabaya seperti parikan motor yang cukup luas, perlengkapan meja kursi yang memadai, tersedianya wifi dan peralatan makan minum yang lengkap membantu memudahkan pelanggan untuk menikmatinya.

3. Produk (X_3)

Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dikarenakan produk yang disediakan di Pujasera De Boim Cafe Keputih Surabaya beragam seperti makanan dari nasi goreng, cap jay, pecel dan lainnya. Selain itu banyak tersedia minuman yang bervariasi seperti jus buah, es jeruk, es teh, dan lainnya yang membuat pelanggan disana makan dan minum sesuai dengan yang mereka inginkan.

4. Harga (X₄)

Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dikarenakan harga yang diberikan oleh Pujasera De Boim Cafe Keputih Surabaya sangat terjangkau, tidak hanya itu harga yang diberikan sesuai dengan kualitas makanan dan minuman yang disajikan, sehingga banyak pelanggan yang sering datang ke Pujasera De Boim Cafe Keputih Surabaya.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Dari perhitungan analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 0,279 + 0,258X_1 + 0,374X_2 + 0,180X_3 + 0,487X_4$$

6. Koefisien Determinasi

Dari perhitungan koefisien determinasi mendapatkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,534 (53,4%), nilai tersebut menunjukkan bahwa besar kontribusi dari variabel independen yang terdapat didalam penelitian ini yaitu, variabel *store atmosphere* (X₁), fasilitas (X₂), produk (X₃), dan harga (X₄) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,534 (53,4%) adalah sedang dan pengaruh lainnya sebesar 0,466 (46,6%) didapatkan dari variabel lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dijelaskan diatas dapat memberikan rekomendasi berupa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Pujasera De Boim Cafe Keputih Surabaya pada hasil penelitian ke empat variabel tersebut

diantaranya *store atmosphere*, fasilitas, produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan terutama untuk variabel harga yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, saran tersebut sebagai berikut :

1. Dalam hal ini variabel harga memiliki pengaruh signifikan tertinggi dibandingkan variabel bebas yang lainnya , hal tersebut dapat dilihat pada analisis regresi linier berganda dengan nilai sebesar 0,487 pada bagian variabel harga. Maka dengan diketahuinya variabel harga yang berpengaruh signifikan tertinggi terhadap kepuasan pelanggan di Pujasera De Boim Cafe Keputih Surabaya. Disarankan untuk Pujasera De Boim Cafe Keputih Surabaya dalam menangani hal ini dengan memberikan sedikit perubahan yang menarik bagi pelanggan, seperti diadakannya sebuah *event* pada periode tertentu semisal dua minggu sekali dengan acara berupa lomba makan dengan adanya hadiah untuk setiap pemenang, mendapatkan potongan harga atau diskon dan *event* yang lainnya. Dalam hal ini jika Pujasera De Boim Cafe Keputih Surabaya mengadakan *event* tersebut besar kemungkin bahwa pengaruh kepuasan pelanggan akan semakin bertambah, dan Pujasera De Boim Cafe Keputih Surabaya akan lebih maju.
2. Dalam hal ini variabel *store atmosphere* memiliki peran dan pengaruh yang signifikan, hal tersebut dapat dilihat pada analisis regresi linier berganda dengan nilai sebesar 0,258 pada bagian variabel *store atmosphere*. Maka dengan diketahuinya variabel *store atmosphere* yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Pujasera De Boim Cafe Keputih Surabaya, disarankan untuk memperbarui suasana yang lebih nyaman agar pelanggan yang datang di Pujasera De Boim Cafe Surabaya merasa lebih

nyaman untuk bersantai, mengerjakan tugas sekolah/ tugas kuliah dan maupun membahas soal bisnis. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara memberikan nuansa baru untuk setiap ruangan seperti perubahan warna dinding agar lebih cerah, memberikan pencahayaan yang lebih menarik seperti memberikan lampu warna-warni pada dinding yang terdapat gambaran, dan lainnya dengan begitu kepuasan pelanggan akan bertambah dan loyalitas pelangganpun akan diberikan kepada Pujasera De Boim Cafe Keputih Surabaya.

3. Dalam hal ini variabel fasilitas memiliki peran dan pengaruh yang signifikan, hal tersebut dapat dilihat pada analisis regresi linier berganda dengan nilai sebesar 0,374 pada bagian variabel fasilitas. Maka dengan diketahuinya variabel fasilitas yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Pujasera De Boim Cafe Keputih Surabaya, disarankan untuk memperbaiki atau mengupdate fasilitas yang disediakan di Pujasera De Boim Cafe Keputih Surabaya, seperti memperbaiki lahan parkir agar pelanggan yang datang dapat bertambah, mengupdate wifi agar semakin cepat sehingga pelanggan yang mengerjakan tugas/ *men-download* materi lebih mudah dan cepat, serta memperbaiki fasilitas yang lainnya.
4. Dalam hal ini variabel produk memiliki peran dan pengaruh yang signifikan, hal tersebut dapat dilihat pada analisis regresi linier berganda dengan nilai sebesar 0,180 pada bagian variabel produk. Maka dengan diketahuinya variabel produk yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Pujasera De Boim Cafe Keputih Surabaya, disarankan untuk memperbaiki produk-produk yang ditawarkan seperti makanan atau minuman dengan

variasi baru dengan waktu 1 (satu) tahun 2 (dua) macam makanan atau minuman baru, agar pelanggan di Pujasera De Boim Cafe Keputih Surabaya tidak bosan untuk makan dan minum di Pujasera De Boim Cafe Keputih Surabaya.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2009. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta. Jakarta.
- Agoes & Pasaribu. 2015. Kajian Pustaka Mengenai Restaurant Atmosphere. *Jurnal Binus Business Review*, Vol.6. Hal. 113
- Cox, Roger & Brittan. 2004. *Retailing an Introduction. Fifth edition. London. Pearson Education Limited.*
- Devi. 2017. Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 52.Hal. 103
- Fardiani. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Cafe Pandanaran Semarang. Hal. 1
- Fitra. 2013. Pengaruh Produk, Harga, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Pusat Grosir Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, Vol. 2. Hal. 5
- Ghozali, I. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hendrawan. 2016. Analisis Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT BMW Surabaya. Surabaya.
- Hasan, Ali. 2009. Marketing. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Medpress.
- Irawan, H. 2009. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Kotler, Philip & Alan R. Andreasen. 1995. Strategi Pemasaran Untuk Organisasi Nirlaba. Alih Bahasa: Ova Emi Emiliam. Edisi Ketiga. Gajah Mada Universitas Press.
- _____, _____. 1997. Manajemen Pemasaran Marketing Manajemen 9e Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol Edisi Revisi Jilid 1. Penerbit: PT. Prenhallindo. Jakarta
- _____, P, John Bowen, & James Makens. (2002), Pemasaran Perhotelan Dan Kepariwisata. Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Renata Pohan. Jakarta : Prenhallindo.
- _____, P & Keller, K. 2007. Manajemen Pemasaran, 12th edisi. PT Indeks. Jakarta.

- _____, ___, & _____. 2008. Manajemen Pemasaran. PT. INDEX, Jakarta.
- _____. 2008. Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 2. Jakarta :Penerbit Erlangga.
- _____, ___, & _____. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Erlangga. Jakarta
- _____ & Keller. 2012. Marketing Management, 14th, Person Education.
- _____, ___, & _____, 2012, Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 & 2, dialih bahasakan oleh Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- _____ & Amstrong. 2012. Principles of Marketing. Pearson Education Limited. New Jersey.
- _____, P. (2012). Manajemen Pemasaran Perspektif Asia, Buku Dua (1 ed.). Yogyakarta: Andy.
- _____ & G. Amstrong. 2012. Marketing Management, Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- _____, Philip & _____, (2012), Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1, dialih bahasakan oleh Benyamin Molan, Jakarta: Erlangga.
- Kusuma. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 4. Hal. 5.
- Kunto. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square dan The Square Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 1. Hal. 3
- Laksana, Fajar. 2008. Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis, Edisi pertama. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Levy, Michael & Barton Weitz. 2001. Retailing Management. International Edition. Edisi 4 New York: McGraw-Hill.
- _____, M., & Weitz, B. (2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat, & Hamdani, A. 2008. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta :Salemba Empat.
- Nitisusastro Mulyadi. 2012. Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan. Bandung : ALFABETA, CV.

- Mullin, John W, Orville C Walker. 2005. Marketing Management A Strategic Decision, fifth edition, New York: McGraw Hill.
- Ma'ruf. 2006. Pemasaran Ritel. Jakarta. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Putra. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 6.Hal. 1
- Putri. 2014. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.15. Hal. 4.
- Rahman, Arif. 2010. Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business Cara Jitu Merontokan Pesaing. Cetakan Pertama Jakarta : Trans Media Pustaka.
- Runtuwun. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 2.Hal. 1806
- Saputra. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Konsumsi di Surabaya Timur. Surabaya.
- Sofyan, et al. 2013. Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Star Clean Car Wash Semarang. Diponegoro *Journal of Social and Polotic*. Hal. 3
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan 4. Alfabeta . Bandung
- _____. 2009. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2014. Memahami Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta
- Sulastiyono, A. 2006. Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Bandung :Alfabeta.
- _____. 2011. Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Seri manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi. Penerbit: Alfabeta. Bandung.
- Sulistiyana, et al. 2015. Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 25. Hal. 3
- Sumarni, Murti dan Salamah Wahyudi. 2006. Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Suyanto, M. 2017. Marketing Strategy Top Brand Indonesia. Yogyakarta : CV Andi Offset.

Utami, I. A. I. S. dan Jatra, I. M. 2015. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur”. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4 No. 7 Hlm 1984-2000.

Tjiptono, F. 2006. *Manajemen Jasa*. Andy Offset, Yogyakarta.

_____, _____. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang :Bayu Media.

_____, _____. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketiga. Penerbit : CV ANDI. Yogyakarta.

Yusuf. 2017. Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Cofindo Bandung. Hal.23-27.



