

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, simpulan yang dapat diambil oleh peneliti adalah sebagai berikut :

a. *Store Atmosphere* (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Toree Klampis Surabaya karena memiliki jarak antar meja dan kursi yang cukup antar pelanggan sehingga memberikan kenyamanan terhadap konsumen. Serta Mie Toree Klampis Surabaya memberikan pencahayaan yang tepat dan terang untuk membantu konsumen dapat melihat produk yang ditawarkan dengan lebih baik. Hal ini tentu saja mempengaruhi konsumen untuk dapat melakukan pembelian ulang terhadap Mie Toree Klampis Surabaya.

Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Toree Klampis Surabaya. Hal ini bisa tentunya sangat lain dalam artian disebabkan oleh pelayanan yang kurang bagus seperti kurangnya keramahan dan kepekaan terhadap kebutuhan pelanggan. Tetapi secara signifikan konsumen tetap Kembali karena adanya kualitas dari produk tersebut.

c. Harga (X3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mie Toree Klampis Surabaya terutama pada item pernyataan kuisionair kesesuaian harga produk dengan manfaat yang diterima oleh konsumen. Penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan ternyata tidak banyak diminati oleh konsume





- d. Lokasi (X4) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mie Toree Klampis Surabaya hal ini dapat dilihat karena lokasi pada tempat Mie Toree Klampis Surabaya sendiri cukup sulit untuk dijangkau oleh konsumen dikarenakan tempat dari restoran tersebut kecil dan memiliki lahan parkir yang sangat sempit dikarenakan ber-sebelahan dengan restoran lain.

2.2 Saran

Berdasarkan hasil dari kesimpulan, Peneliti memiliki beberapa saran adalah sebagai berikut :

- a. Peneliti menyarankan Mie Toree Klampis Surabaya untuk meningkatkan kualitas dalam suasana restoran agar konsumen merasa lebih nyaman dan dapat bertahan lebih lama serta dapat mengundang lebih banyak teman atau keluarga untuk datang. Dalam hal ini, penambahan musik yang lembut dapat memberikan efek santai dan nyaman bagi pengunjung serta dapat menjadi salah satu solusi yang dapat diterapkan.
- b. Peneliti menyarankan Mie Toree Klampis Surabaya untuk memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan ketepatan dalam memberikan informasi dan membuat pesanan. Hal ini dapat memberikan nilai lebih atau positif bagi konsumen terhadap kualitas pelayanan di Mie Toree Klampis Surabaya.
- c. Peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan kualitas produk sebagai variabel independen yang kemungkinan besar menjadi pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mie Toree Klampis Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Aryani, D., dan Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Mei-Agus 2010. Volume 17, No.2

Azzahra, A., Isnaningsih, A., Nur F, O., Lestari, P., Febriana S, P., & Sakila, S. (2023). Strategi Penetapan Harga Di Point Coffee. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Indonesia*, 2(01), 49–55. Retrieved from <https://jurnal.seaninstitute.or.id/index.php/Juemi/article/view/132>

Bahmiri, dan Bhayangkari, S. (2020). Pengaruh *Store atmosphere*, Etika Bisnis dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), Mei 2020, 1-5

Barmanawan, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Rosda.

Doan, R. J., dan Simon, H. K. (2016). *Power pricing: How managing price transforms the bottom line*. Routledge.

Hadhli, K. dan Pratiwi, N. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603-612.

Heriand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Kasparsz, V. (2017). *Total Quality Management: Konsep Dasar dan Pengembangan Penerapannya*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gofur, A. (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. Vol.4 No.1

Hariyanto, H., Arief, M. Y., dan Praja, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Toko F3 Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)* Vol.1 No. 9.





Haryono, N. dan Octavia, R. (2014). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. Vol. 4 No. 2 (2014): *INDEPT*

Hendratmoko, H. (2019). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Intervening (Studi pada Waroeng Steak and Shake Cabang Yogyakarta). [Http://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/ManajemenKewirausahaan](http://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/ManajemenKewirausahaan). *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*.

Permawati. (2018). Pengaruh Kompetensi Pegawai, Kualitas Pelayanan dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor UPT Pendapatan Wilayah Makassar 01 Selatan, Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Mirai Management*. Volume 3 No.1. [Http://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai](http://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai)

rossain, M. dan Gopinath, M. (2021). *Exploring Young Adult's Attitudes and Behaviors toward Ethnic Food: A Qualitative Study*.

Prasim, M., dan Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. 4(1), 175-182.

Rikandar, E., Z dan Alam, I., A. (2022). Pengembangan Usaha Kuliner Pada Masa Pandemi Covis-19 di Fudgy Brownies Lampung. *SINOMIKA JOURNAL (PUBLIKASI ILMIAH BIDANG EKONOMI & AKUNTANSI)*. Vol.1 No. 1

Smail, T., dan Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 413-423.

Sharisma, D., Simatupang, S., dan Hutagalung, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan. *JUMANSI: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*. Vol. 5 No.1

Kim, H., dan Mattila, A. S. (2020). *Antecedents and outcomes of consumers' emotional responses to Store atmospheres*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101944.

Kim, J., dan Jeong, E. (2018). *Gender Differences in Dining Out Behavior: An Exploratory Study*.

Kotler, P., dan Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing*. Pearson.

_____, dan Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson.

_____, Kartajaya, H., dan Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Kurniawan, D., dan Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME : Journal of Management*. Volume 5 Issue 1

Lie, D., Butarbutar, M., Simatupang, S., Efendi, Damanik, H., Silaen, M. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Baravi Pematangsiantar. <http://jurnal.stiessultanagung.ac.id/index.php/strategic>. *Strategic: Journal of Management Sciences*

Wastono, F. I. S., dan Sugiarto, S. (2015). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening di Libreria Eatery Surabaya. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA*. Vol. 1 No. 1.

Subis, E. F., Herman, dan Indira, T. T. (2023). The Influence Of Store Atmosphere On Customer Satisfaction Toward “Penyetan Chiken” Cindelaras Bagan Batu, Rokan Hilir Regency. *PubBis : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 7(1), 1–9.

Manampiring, A. S., Tumbuan, W. J. A. F., dan Wenas, R. S. (2016). Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kartu Kredit PT. Bank Mandiri TBK. Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.4 No.2

Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Vol 16(1)

Mohan, G., dan Sivakumaran, B. (2017) Store atmospherics: A systematic literature review. *Journal of Retailing and Consumer Services*.

Murti, H. P. (2018). *Manajemen Pelayanan Publik: Konsep dan Aplikasi*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Masution, L. M. (2017). STATISTIK DESKRIPTIF. *Jurnal Hikmah*, Volume 14, No.1



Nugroho, R. A., dan Prayitno, D. (2019). Strategi Pemasaran Jasa: *Konsep, Praktik, dan Kasus*. Penerbit Prenada Media.

Nurjaya, N., Jasmani, J., dan Erlangga, H. (2019). Pengaruh Kegiatan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Modise Busana Sejati di Bandung. *Jurnal Ekonomi Efektif*. Vol 1, No.4

Pandey, R. et al., 2021. Analysis the Effect of Product Quality and Price on Purchase Decision(Case Study of Adidas India,Indonesia,and Malaysia). *International Journal of Accounting & Finance in Asia Pasific*, Volume 4, pp. 71-85.

Pradana dan Wardana. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dengan Respon Anak Sebagai Variabel Moderator (Studi pada Keluarga Konsumen Toko Ritel di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol 16, No 2

Puccinelli, N. M., Deshpandé, R., dan Askegaard, S. (2017). Improving the retail experience. *Annual Review of Psychology*.

Purnamasari, Y. (2015). pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen produk M2 Fashion Oneline Di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP)*. Vol. 5 No. 1

Rahayu, S., dan Wati, L, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & manajemen*. Vol.8 Nomor 2 (2018)

Rivai, A. K., Suneni dan Febrilla, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol 10, No. 1

Ruhman, A., dan Ismunandar. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahoed Life Gym. <http://journal.trunojoyo.ac.id/pamator>. Volume 13 No 1.

Sari dan Mayasari. (2022). pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di toko grosir tirta yasa kecamatan Banjar. *Prospek : Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol.4 No.1

Sari, N, M., dan Wardhana, A. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Roemah Kopi Bandung. *E-processing of Management* : Vol.3, No.3

Sari, R. F., dan Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D'sruput Lapai Padang. *Vol.7 No.1*



Sentiana, S, S. (2018). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/widyacipta>. Vol 2 No.2

Setiawan, A., Qomarlah, N., dan Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*. Vol.9 No. 2

Siregar, N., Elfikri, M., dan Daulay, R. P. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengunjung Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat). *Jurnal Sosial dan Ekonomi (SOSEK)*. Vol 3 Issue 1.

Soemanto, W. (2016). *Dasar-dasar pemasaran: Pendekatan manajerial dan global*. Penerbit Salemba Empat.

Soetomo, D., dan Handayani, R. (2019). Pengaruh *Store atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pembeli Fashion di Bandung). *Journal of Applied Business and Economic Research*.

Solikha, S., dan Suprpta, I. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT.GO-JEK). *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*. Vol 10 No. 1

stantia, Y. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Emotional Terhadap Kepuasan Konsumen Batik Gajah Mada di CV. Saha Perkasa Tulungagung. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9725/>

Sugarto, B., dan Harsono, A. (2020). Metodologi riset pemasaran: *Pendekatan kuantitatif dan kualitatif*. Andi Offset.

Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan RdanD*. Bandung: ALFABETA

Suryoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.

Sutedja, A. (2017). *Harga: Strategi dan Taktik Penetapan Harga Produk*. Penerbit PT. Elex Media Komputindo.

Suyanto, M. S. (2017). *Analisis kualitas pelayanan pelanggan*. Gava Media

Sanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 1-18

Sijiptono, F., dan Anastasia, N. (2020). *Manajemen pemasaran*. Andi Offset.

_____ dan Chandra, G. (2017). *Service, quality, and satisfaction edisi ke-2*. Andi Offset.

_____. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta. Andi.

_____. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, praktik, dan kasus-kasus pilihan*. Andi Offset.

Wardhani, F., dan Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh *Store atmosphere* dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*. Volume 5 Nomor 1



Wibowo, A., dan Sutisna, M. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Salemba Empat

<https://lifestyle.kompas.com/read/2020/04/20/132308820/berubahnya-bisnis-kuliner-di-masa-pandemi-covid-19?page=1>

<https://mediaindonesia.com/ekonomi/457757/masa-depan-bisnis-kuliner-indonesia-masih-punya-peluang-besar>

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

