

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Harga dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen di Titik Kumpul *Coffee and Eatery Surabaya*” maka beberapa hal yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian ditemukan hasil perhitungan nilai koefisien determinasi, sebesar 0,628 atau 62,8% hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat sudah kuat, sisanya sebesar 37,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.
2. Variabel Promosi tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Titik Kumpul *Coffee and Eatery Surabaya*. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t dimana,  $t_{hitung}$  dari variabel promosi (X1) adalah sebesar 1,139  $< t_{tabel}$  1,985 dengan tingkat signifikansi 0,258.
3. Variabel Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Titik Kumpul *Coffee and Eatery Surabaya*. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t dimana,  $t_{hitung}$  dari variabel kualitas layanan (X2) sebesar 3,754  $> t_{tabel}$  1,985 dengan tingkat signifikansi 0,000.
4. Variabel Harga tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Titik Kumpul *Coffee and Eatery Surabaya*. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t dimana,  $t_{hitung}$  dari variabel harga (X3) adalah sebesar 1,813  $< t_{tabel}$  1,985 dengan tingkat signifikansi 0,073.

5. Variabel *Store Atmosphere*, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Titik Kumpul *Coffee and Eatery* Surabaya. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t dimana,  $t_{hitung}$  dari variabel *store atmosphere* ( $X_4$ ) adalah sebesar  $3,754 > t_{tabel} 1,985$  dengan tingkat signifikansi 0,000.
6. Dari perhitungan analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = -1.920 + 0.124X_1 + 0.259X_2 + 0.142X_3 + 0.267X_4$$

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan diatas penulis dapat memberikan saran diantaranya sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat dua variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu kualitas layanan ( $X_2$ ) dan *store atmosphere* ( $X_4$ ). Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh paling besar daripada variabel yang lain, sehingga pihak Titik Kumpul *Coffee and Eatery* Surabaya diharapkan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen, dengan mengadakan pelatihan-pelatihan kepada para pegawai seperti pelatihan mengenai penampilan dan kepribadian serta *product knowledge*, selain itu pegawai perlu memperhatikan penampilan dan kebersihan diri sebelum mulai bekerja, selanjutnya pegawai harus selalu memberi senyum serta semakin tanggap dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan akhirnya pihak Titik Kumpul *Coffee and Eatery* Surabaya perlu juga melakukan evaluasi setiap bulan, mengenai kualitas layanan yang telah diberikan oleh pegawai kepada konsumen.

2. Bagi Titik Kumpul *Coffee and Eatery* Surabaya diharapkan dapat mempertahankan keunggulan *store atmosphere* yang sudah dimiliki oleh *café* sendiri, seperti melakukan perawatan berkala, melakukan perbaikan apabila terdapat kerusakan baik interior maupun eksterior yang terdapat di *café* atau dengan melakukan penambahan berupa hiasan kecil yang dapat semakin mempercantik *store atmosphere* yang dimiliki atau *café* dapat menambahkan berbagai pilihan lagu yang dapat diputar selama konsumen berkunjung, agar konsumen yang berkunjung merasa nyaman dan semakin ingin menghabiskan saat berada di *café*.
3. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya disarankan agar dapat menambahkan variabel-variabel bebas lain seperti kualitas produk, atau yang lainnya agar dapat diperoleh hasil yang lebih baik dari penelitian sebelumnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin dan Sonang Sitohang. 2016. Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Wisat Bahari Lamongan, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonom Indonesia (STESIA). Vol.5. No.12 (5-6)
- Buchari, Alma. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Dewi, Kristina. 2013. Pengaruh Lingkungan Fisik, Interaksi Pelanggan-Pelayan, Kecocokan Tema-Makanan Terhadap Emosi dan Kepuasan Pelanggan di House of Raminten Kotabaru Yogyakarta. *Tesis*. Yogyakarta : Program Studi Magister Manajemen : Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Faridani, Aprillia Nia. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Café Pandanaran Semarang. *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomika dan Bisnis : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005a. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang : Gramedia Pustaka Utama.
- \_\_\_\_\_. 2006b. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Jakarta : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulla, Rendy, Sem G. Oroh dan Ferdy Roring. 2015. Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Manado Grace Inn. Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.3. No.1 (3)
- Haryanto, Resty A. 2013. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran McDonald's Manado. Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.1. No.4 (2)
- Jatim.BPS. 2016. <https://jatim.bps.go.id/dynamictable/2017/10/17/137/jumlah-restoran-rumah-makan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tmur-2013--2016.html> (Diakses Tgl 15 Maret 2018 : Pk. 12.15)
- Juwandi, Hendy I. 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005a. *Manajemen Pemasaran. Edisi 11. Jilid 1*. Jakarta : PT.Prehalindo.
- \_\_\_\_\_. dan Kevin Lane Keller. 2009b. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009c. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- \_\_\_\_\_. dan Gery Armstrong. 2010d. *Bauran Pemasaran, Edisi 4*. Jakarta. PT.Penhalindo

- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta : Salemba Empat.
- Nilasari, Eswika dan Istiatin. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer PT.Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma*. Universitas Islam Batik Surakarta. Vol.13. No.01 (3)
- Panca, Eben Haezer. 2017. <http://surabaya.tribunnews.com/2017/05/16/gus-ipul-industri-kuliner-jatim-meningkat-15-20-persen>, (Diakses Tgl 5 Juli 2018 : Pk.11.00)
- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta : Mediakom.
- Putri, Lily H., Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati. 2014. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan ( Studi pada Monopoli Café dan Resto Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.15. No.2 (2-3)
- Rahman, Arif. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business, Cara Jitu Merontokkan Pesaing*. Jakarta : Trans Media Pustaka.
- Rifai, Mohamad. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek Cabang Kediri. *Jurnal Simki-Economic*. Universitas Nusantara PGRI Kediri. Vol.01. No.03 (3)
- Sangadji, Dr. Etta Mamang dan Dr. Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Santosa, Immanuel. 2014. Analisa Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Layanan Toko Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Toko Buku Toga Mas Bangkong Semarang). *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomika dan Bisnis : Universitas Diponegoro.
- Saputra, Yudha A. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Konsumen di Surabaya Timur. *Skripsi*. Surabaya : Fakultas Ekonomi : Universitas Katolik Darma Cendika.
- Sari, Netty dan Aditya Wardhana. 2015. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Kopi Bandung. *Jurnal e-Proceeding of Management*. Universitas Telkom. Vol.2. No.3 (2)
- Simamora, B. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pusaka Utama.

Sugiyono. 2009a. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

\_\_\_\_\_. 2014b. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

\_\_\_\_\_. 2014c. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.

Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Puskabrupress.

Swasta, Basu dan Hani Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : CV.Andi Offset.

Tendean, Andi dan Arry Widodo. 2014. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Maja House & Cream Bandung). *Skripsi*. Bandung : Fakultas Komunikasi dan Bisnis : Universitas Telkom.

Tjiptono, Fandy. 2007a. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV.Andi Offset.

\_\_\_\_\_. 2008b. *Strategi Bisnis*. Yogyakarta : CV.Andi Offset.

\_\_\_\_\_. 2008c. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta : CV.Andi Offset.

\_\_\_\_\_. 2010d. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : CV.Andi Offset.



