



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian dengan uji t pada variabel produk (X1), dapat diketahui nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $13,916 > 1,99394$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < \alpha = 5\%$  atau  $0,05$ , yang berarti bahwa ada pengaruh signifikan antara produk (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y) di Rumah Makan Sederhana Surabaya.
2. Hasil dengan uji t pada variabel harga (X2), dapat diketahui nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $18,264 > 1,99394$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < \alpha = 5\%$  atau  $0,05$ , yang berarti bahwa ada pengaruh signifikan antara produk (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y) di Rumah Makan Sederhana Surabaya.
3. Hasil pengujian dengan uji t pada variabel *store atmosphere* (X3) dapat diketahui nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $20,407 > 1,99394$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < \alpha = 5\%$  atau  $0,05$ , yang berarti bahwa ada pengaruh signifikan antara *store atmosphere* dengan kepuasan pelanggan (Y) di Rumah Makan Sederhana Surabaya.
4. Variabel bebas (X) yang dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Sederhana di Surabaya adalah *store atmosphere* (X3) dengan nilai (r) sebesar  $0,357\%$ .

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Sederhana di Surabaya. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pihak Rumah Makan Sederhana lebih meningkatkan elemen-elemen *store atmosphere* yang menurut peneliti diantaranya yaitu menambah AC supaya suhu ruangan tetap sejuk, pencahayaan ruangan, mengganti warna desain dinding enam bulan sekali dan penambahan kembali aroma ruangan yang lebih wangi, ruangan yang lebih bersih, kapasitas kursi dan ruang keluarga.
2. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya yang mengambil obyek di Rumah Makan Sederhana di Surabaya, agar mempertimbangkan variabel lain selain produk, harga dan *store atmosphere* dalam pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. Dan Tantri, F. 2012. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT. Dipenogoro.
- Aminudin, Lucky. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Store Atmosfer terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada KFC Mega Mas Manado. *Jurnal Berskala Ilmiah Efisiensi*. Universitas Sam Ratulangi. Vol 15. No. 05
- Assauri, Sofjan. 2012. *Strategi Marketing Sustaining lifetime Costumer Value*. Jakarta ; PT Rajagrafindo Persada.
- Anggarmona, 2009. Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cosmic Joy House Surabaya, (Universitas Kristen Petra, Jurnal Manajemen), Vol 6, No 2, Hal 12-23.
- Budi, Agung Pernama. 2013. *Manajemen marketing perhotelan*. CV Andi Offset: Yogyakarta.
- Devi, at, al. 2017. Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 53. Hal 103.
- Daryanto. 2013. Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Cetakan II . Januari 2013. Bandung PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Fitri Rahmadani. I Made Suardana. Hengki Samudera. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada UD. Eva Group Mataram. *Jurnal Ilmiah. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram*. Vol 16. No 1.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan II. Bandung. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Ferdinand, August. 2013. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Foster, BOB. 2008. *Manajemen Ritel*. Edisi ke-1. Bandung: Alfabeta.
- Gilbert, David (2003). *Retail Marketing Management*. Second Edititon, Prentice Hall
- Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : UUP STIM YKPN
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* Penerbit: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011 “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.



- \_\_\_\_\_. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Ke 4. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryanto, Resti A. 2013. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran McDonald's Manado. Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.1. No. 4(2)
- Herrman, A., Xia, L., Monreo, K.B., and Huber, F. 2007. The Influence of Price Fairness on Customer Satisfaction: An Empirical Test in the Context of Automobile Purchases. *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 16, No. 1, pp: 49-58.
- Indriyo, Gitosudarmo. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : BPFE – Yogyakarta.
- Kasmir, S.E.,M.M. 2017. *Customer Service Excellent*, Teori dan Praktek. Edisi 1, Cetakan 1. Jakarta. PT Rajagrafindo Presada.
- Kotler dan Keller. 2012. *marketing manajemen Edisi 14*, Global Edition. Pearson Prentice Hall
- \_\_\_\_\_. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Marketing manajemen 14th edition*. Jakarta; PT. Indeks Kelompok Ciramedia.
- Kotler, philip. Dan Armstrong, 2016. *Marketing Management*. Edisi ke-15. New Jersey: Person Erlangga.
- Kotler, Philip. Dan Armstrong, Gery. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid I, Edisi 8, Penerbit Erlangga, jakarta, 12, 13, 99.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Principles of Marketing*. 13 Edition. New Jersey : Pearson Education.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, et., al. 2015. *Principles of marketing*. Edisi ke 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1, Jakarta, Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2008. *manajemen pemasaran*. Jilid 2. Edisi ke 13, Penertbit Erlangga. PT Gelora Aksara Pratama.
- Levy, Michael dan Barton Weitz. 2001. *Retailing Management*. Internasional Edition. Edisi 4 New York: McGraw-Hill.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: PT. Salemba.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Manajemen Pemasara Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi ke-2. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.



- Lidya Mongi, L. Mananeke, A. Repi. 2013. Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di kota Manado. Jurnal EMBA. Universitas Sam Ratulangi. Vol. 1. No. 4 Desember (2303- 1174).
- Mutmainna, nena. 2014. *Cara Gila jadi Pengusaha Makanan*. Yogyakarta : Pearson Prencite Hall.
- Mongi, dkk. 2013. Kualitas Produk, Strategi Promosi, dan Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado.
- Nasution, 2005. *Manajemen Mutu Terpadu. Edisi 2*. Bogor : Ghalia.
- Nitisusastro. Mulyadi, 2013. *Perilaku konsumen (Dalam Perspektif Kewirausahaan)*, Cetakan Kedua, ALFABETA, bandung.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu. Edisi 2*. Bogor : Ghalia.
- Nurdiansyah, Muhammad Demas. Matadji. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Atmosfer Toko terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo. Jurnal Ekonomi Manajemen. Universitas 17 Agustus Surabaya. Vol 1. No 1 (29-44).
- Purnama, Luvi. 2011. Pengaruh *Store Atmosphere* dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Alfamart Cabang Margahayu Bandung. *Skripsi*. Bandung: Universitas Pasunda.
- Prasetyo, Rri Adhy. 2015. Anaisis Pengaruh Kualitas Produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Waroeng Bamboe di Tembelang). Jurnal Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis). Universitas Diponegoro Vol. 4. No 3 (1-15)
- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Mediakom: Yogyakarta.
- Rusydy, Mhd. 2017. *Customer Excellence*. cetakan pertama 2017. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Santoso, Purbayu Budi dan Ashari. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta :Andi.
- Sudaryono, 2016. *Manajemem Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Suyanto, M. 2008. *Marketing Strategy: Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: penerbit Andi.
- Sari, Irine Diana. 2010. *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan*. Yogyakarta. NUMED.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran. Malang* : Universitas Brawijaya Press.





- Suyanto, M. 2008. *Marketing Strategy: Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: penerbit Andi. Wahyuni, Hana Carur, Wiwil Sulistiyowati dan Muhammad Khamim 2015. *Pengendalian Kualitas, Aplikasi pada Industri Jasa dan Manufaktur dengan Lean, Six Sigma dan Servqual*. Cetakan I. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Sugiyono. 2013. *Statistica untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
- Supranto, Johanes. 2016. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Edisi 8. Jilid 1. Jakarta, Erlangga.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, 2013. *Perilaku Konsument- Pendekatan Praktis*: disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta, Andi.
- Soewadji. 2015. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: penerbit Mitra Wacana Media.
- Tjiptono, Fandy Dan Anastasia Diana. 2015. *Pelanggan Puas? Tak Cukup!*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Andi, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketiga. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi II*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Utami, C. W. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyuni, Hana Catur, et., al, 2015. *Pengendalian Kualitas ( Aplikasi Pada Industri Jasa dan Manufaktur Lean, Sig Sigma dan Servqual)*, Cetakan Pertama. GRAHA ILMU, Yogyakarta.
- Wijayanti, Titik. 2012. *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Edisi 1. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Widiyono dan Mukhaer Pakkana. 2013. *Pengantar Bisnis Respon terhadap Dinamika Global*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Zeithaml dan Bitner, 2003. *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta.