

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti dapat menyimpulkan :

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya. Hal ini disebabkan karena kualitas dari penyajian dan fitur makanan yang menarik sehingga konsumen Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya cukup puas cenderung kearah puas.
2. Harga berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya. Hal ini disebabkan Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya memiliki kesesuaian harga dengan produk yang diinginkan sehingga konsumen tidak terpengaruh oleh harga yang diberikan.
3. Atmosfer Tempat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya. Hal ini disebabkan musik dan pemilihan warna yang menarik konsumen untuk berkunjung dan menikmati suasana Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya sehingga konsumen cukup puas cenderung ke arah puas.



5.2. Saran

1. Bagi mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika selanjutnya:
Untuk mahasiswa selanjutnya yang akan meneliti di Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya dapat menambahkan variabel lainnya untuk melanjutkan penelitian ini, misalnya: lokasi, promosi dan sebagainya, yang mendukung untuk penelitian ini.
2. Untuk pemilik Kober Mie Setan Cabang Semolowaru:
 - a. Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka peneliti menyarankan untuk menambah mempertahankan bahkan menaikkan standart kualitas produk pada penyajiannya dan kesesuaian dengan spesifikasi produk.
 - b. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, artinya ketika harga dinaikan maka kepuasan konsumen turun (kurang puas) dan ketika harga diturunkan maka kepuasan konsumen semakin meningkat, maka peneliti menyarankan agar Kober Mie Setan Cab Semolowaru lebih menstabilkan harga. Mengingat mayoritas konsumen yaitu pelajar dan mahasiswa dimana segmentasi tersebut sensitif terhadap harga.
 - c. Atmosfer tempat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka peneliti menyarankan untuk memperbaiki komunikasi visual dari dekorasi Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya agar lebih menarik.
3. Untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya



Untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya untuk melanjutkan penelitian ini, misalnya: lokasi, promosi dan sebagainya, yang mendukung untuk penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A. 2002. *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan dan Perdagangan*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Cetakan Keempat, Bandung.
- _____, 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta: Bandung.
- Assauri Sofyan, 2004, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jilid 1, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Berman, Barry., Joel R. Evans (2010). *Retailing Management*, 11 th edition, Boston: Pearson.
- Cheng, C.C.,Chiu,S.,Hu,H.&Chang,Y.(2011).*A study on exploring the relationship between customer satisfaction and loyalty in the 17fast food industry: With relationship inertia as a mediator*. African Journal of Business Management, 5(13): 5118-5126.
- Cristo, Mandang, David P. E. Saerang, and Frederik G. Worang. (2017).“*The Influence of Price, Service Quality, and Physical Environment on Customer Satisfaction. Case Study Makobar cafe Mando*”,Jurnal EMBA,Vol. 5. No. 2, Juni 2017.
- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penulisan Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghasti, Mohammad Ali Hajizadeh, 2011. *Study the Effectsof Customer Service and Product Qualityon Customer Satisfaction and Loyalty*. Vol.1 No.7. Agustus 2011.
- Harlina, Lily. 2014. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dan kepuasan pelanggan (Studi pada Monopoli Café and Resto Soekarno Hatta Malang*. Universitas Brawijaya. Vol.15 No. 2. Oktober 2014.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2001. *Operations Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hermanto, Y Budi. 2018. *Kompetensi dan Kinerja Guru*. Cetakan Ketiga: Yogyakarta. Penerbit Kanisius.



- Inggar, Sayektiningrum. 2014, *Kontribusi Suasana Kedai, Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Aiola Eatery Surabaya*. Universitas Airlangga. Vol.11 No 1 Oktober 2014 jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran Jilid I (edisi Bahasa Indonesia)*. PT Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, and Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jakarta : Penerbit Airlangga. Terjemahan.
- _____, K. L. (2006). *Marketing management*. (12th ed.). Upper Saddle River: Pearson Education, Inc.
- Ma'ruf, Hendri. 2009. *Pemasaran Ritel*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Malau, Halman. 2017. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta, Bandung.
- Mawardi, M Kholid, Nizar Satya Diawan, Andriani Kusumawati. 2016. *THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE ON PURCHASE DECISION AND IT'S IMPACT ON CUSTOMER'S SATISFACTION (Case study on Indomaret Customers JL. Raya Tlogomas No. 37, Malang)*. Vol 30. No.1. Januari 2016
- Narimawati, Umi. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Alfabeta, Bandung.
- Pamela Montung, Jantje Seang dan Decky Adare. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru*. Vol 15 no 5. Oktober 2015.
- Rawunng, Dhio Rayen. 2015. *Analisis Kualitas Produk, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Pratama Manado*. Vol (3/3). 2015.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran: Teori & Implementasi*, CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Sugiarto, E, 2003, *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*, Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Dede Pustaka, Jakarta.



Sunyoto, Danang, 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, Gregorius dan Dadi Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : ANDI.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, CV Andi Offset, Yogyakarta.

Utami, N. D. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, harga dan Lokasi terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 4.

Wastha, Basu DH dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran*, Modern Liberty: Jakarta.

