

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka didapatkan kesimpulan bahwa:

1. Terdapat hubungan yang positif antara lokasi dengan kepuasan pelanggan Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 32,662 + 0,619 X_1$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor lokasi (X_1) akan mengakibatkan kenaikan pada kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,619 skor pada konstanta 32,662. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh lokasi sebesar 31,7 % sedangkan sisanya sebesar 68,3 % dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.
2. Terdapat hubungan yang positif antara *store atmosphere* dengan kepuasan pelanggan di Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 34,599 + 0,690 X_2$, Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor *store atmosphere* (X_2) akan mengakibatkan kenaikan pada kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,690 skor pada konstanta 34,599. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh *store*

atmosphere sebesar 57,4% sedangkan sisanya 42,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

3. Terdapat hubungan yang positif antara lokasi dan *store atmosphere* dengan kepuasan pelanggan di Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 17,126 + 0,299X_1 + 0,576X_2$. Koefisien lokasi (X_1) dan *store atmosphere* (X_2) bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara lokasi dan *store atmosphere* dengan kepuasan pelanggan. Lokasi dan *store atmosphere* untuk menjelaskan kepuasan pelanggan di Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta secara simultan yaitu 63,2% sedangkan sisanya 36,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, hasil dari penelitian yang telah dilakukan peneliti menunjukkan bahwa lokasi dan *store atmosphere* merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Variabel lokasi dan *store atmosphere* juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka hasil penelitian dapat dikatakan sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel kepuasan pelanggan terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah menceritakan pengalaman baiknya kepada orang lain,

yaitu sebesar 25,7%. Kemudian indikator dengan skor tertinggi kedua adalah melakukan pembelian ulang produk, yaitu sebesar 24,9%. Selanjutnya indikator tidak meremehkan produk/jasa yang diberikan oleh perusahaan, yaitu sebesar 24,8% dan indikator yang memiliki skor paling rendah adalah tidak beralih ke produk pesaing, yaitu sebesar 24,6%.

Dari hasil pengolahan data, Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun seharusnya menaruh perhatian lebih besar pada indikator yang bernilai rendah agar dilakukan perbaikan-perbaikan yang berguna untuk kedepannya, seperti indikator terendah variabel kepuasan pelanggan, yaitu indikator tidak beralih ke produk/jasa pesaing dalam hal ini kedai atau tempat makan lainnya. Variabel lokasi dimensi terendahnya adalah indikator kompetisi dan untuk *store atmosphere* adalah dimensi bagian dalam toko atau *general interior* pada indikator pewarnaan. Selain itu tidak hanya memperhatikan dan meningkatkan nilai untuk indikator-indikator dengan skor terendah, Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun juga harus tetap mempertahankan indikator yang mempunyai skor tertinggi sehingga kepuasan pelanggan dapat terwujud secara maksimal.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun, antara lain:

1. Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun harus memperhatikan lokasi, *store atmosphere* dan faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan diantaranya dengan memperhatikan *trend* kekinian yang tidak kalah dengan kedai pesaing (kompetisi), serta meningkatkan kenyamanan pelanggan dengan menciptakan kesan menyenangkan melalui pewarnaan ruangan restoran. Tujuannya adalah agar Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun unggul dalam bersaing dengan kedai-kedai sejenis lainnya.
2. Diharapkan Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda dapat meningkatkan nilai Lokasi agar membuat konsumen tertarik untuk datang dan makan di Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamnagun, sehingga dapat tercipta kepuasan pelanggan.
3. Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat ditafsirkan bahwa *store atmosphere* perlu ditingkatkan lagi melalui kenyamanan pelanggan saat berada di Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda. Jika dilihat berdasarkan penelitian perlu ditingkatkan terutama pada indikator pewarnaan ruangan dan suhu ruangan, mengingat Ropisbak Ghifari dibangun dengan konsep *semi-outdoor* yang secara umum cukup mudah terlihat dari luar kedai. Hal tersebut juga yang membuat dibutuhkannya sistem sirkulasi udara yang baik di Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda ini. Serta diharapkan Ropisbak Ghifari pun dapat terus menciptakan inovasi menu makanan yang dapat memenuhi kebutuhan

pelanggan dan calon konsumen sehingga dapat memicu adanya kepuasan pelanggan.