

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis dan pembahasan, maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Zangrandi. Penilaian konsumen terhadap Kualitas Layanan mempengaruhi tingkat Kepuasan Konsumen. Hipotesis pertama diterima karena nilai *t-value* lebih besar 1,96.
2. *Brand Image* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Zangrandi. Citra merek Zangrandi yang dipersepsikan oleh konsumen mempengaruhi tingkat Kepuasan Konsumen. Hipotesis kedua diterima karena nilai *t-value* lebih besar 1,96.
3. Atmosfer toko terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Zangrandi. Penilaian konsumen terhadap atmosfer mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Hipotesis ketiga diterima karena nilai *t-value* lebih besar 1,96.
4. Kepuasan Konsumen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Tingkat Kepuasan Konsumen menentukan seberapa kuat kesetiaan konsumen pada kafe Zangrandi dan Hipotesis keempat diterima karena nilai *t-value* lebih besar 1,96.
5. Kepuasan Konsumen mampu memediasi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen.
6. Kepuasan Konsumen mampu memediasi pengaruh *Brand Image* terhadap Loyalitas Konsumen.

7. Kepuasan Konsumen mampu memediasi pengaruh Atmosfer toko terhadap Loyalitas Konsumen.

5.2. Saran

5.5.1. Saran Akademis

Untuk penelitian yang akan datang kualitas layanan, *brand image*, atmosfer toko terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebaiknya menggunakan penelitian ini sebagai rujukan tetapi dengan mengembangkan objek penelitian yang diteliti. Sebaiknya objek penelitian yang dipilih adalah pasar modern sehingga bisa menjadi pembanding yang komprehensif karena objek penelitian tersebut lebih berkonsentrasi pada usaha jasa atau perdagangan.

5.5.2. Saran Praktis

Berdasarkan pada simpulan hasil penelitian, maka saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

Kualitas Layanan terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dan nilai rata-rata terendah Kualitas Layanan yang perlu mendapatkan perhatian adalah pernyataan bahwa *ice cream* Zangrandi memberikan pelayanan yang profesional. Untuk itu, saran yang di ajukan bahwa sebaiknya pramuniaga Zangrandi terus meningkatkan profesionalisme dalam memberikan layanan, artinya bahwa ketika melayani pengunjung maka pramusaji atau bagian yang lain harus tetap menganggap bahwa pengunjung tersebut “tuan” yang harus dilayani meskipun secara personal antara pengunjung dan pelayanan sudah saling mengenal.

Atmosfer toko terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dan nilai rata-rata terendah atmosfer toko yang perlu

mendapatkan perhatian adalah pernyataan bahwa lokasi Zangrandi cukup strategis dan sistem pencahayaan luar ruangan baik. Untuk itu, sebaiknya manajemen Zangrandi memperhatikan keselarasan antara pencahayaan di dalam dan dari luar ruangan sehingga bisa menambah kenyamanan pengunjung selama mengunjungi Kafe Zangrandi.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Andini, F., P., 2013, Analisis Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan, pp 1-70.
- Bronotamala., Nugroho., dan Fanani., 2013, Persepsi Konsumen terhadap Brand Image KFC, Maret, pp 1-10.
- Farid Yuniar Nugroho. 2011. Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen. Yogyakarta: Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.
- Ghozali., Imam., dan Fuad., 2005. *Structural equation modeling: Teori, konsep, dan aplikasi dengan lisrel 8.54*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hariato, D., dan Subagio, H., 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, dan Atmosfer Terhadap loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Konsumen Kediri De-Javu, Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 1, No. 1, pp 1-8.
- Hadiati, S., 1999, Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Telkomsel Malang Area, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.1, No. 1, September, pp 56-64.
- Hersanti, J., N., dan Ratnawati, K., 2012, Pengaruh Atmosfer Terhadap Kepuasan dan Niatan Perilaku Konsumen di Toko “Oen” Malang, Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol.10, No.4, pp 1-9.
- Japariato, E., 2006, Analisis Pengaruh Pembentukan Disonansi Kognitif Konsumen Pemilik Mobil Toyota Avanza, Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.1, No. 2, Oktober, pp 81-87.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, Vol.57 , 1-22.
- Kui Hsu, T., Yuh Lin, S., dan Te Tu, Y., 2013, The Impact of Brand Image and Customer Commitment on Loyalty : an Empirical Study of Automobile Sector, *Information Management and Business Review*, Vol. 5, No. 4, April : pp 181-193.

- Kuncoro., Mudrajad., 2008, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & menyusun Tesis?*, Jakarta: Erlangga
- Lauw, J., dan Kunto, S., Y., 2013, Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square dan The Square Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.1, No.1, pp 1-7.
- Lasander, C., 2013, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional, *Jurnal EMBA*, Vol.3, No.3, pp 284-293.
- Meldarianda, R., 2010, Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen pada Resort cafe Atmosphere Bandung, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Vol.17, No.2, September. Pp 97-108.
- Mosahab R, O Mahamad, dan T. Ramayah, 2010 Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation. *International Business Research* Vol. 3, No. 4, October pp. 72-80.
- Musanto, T., 2004, Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.6, No. 2, September. pp 123-136.
- Musay, P., Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen KFC Kawi Malang), pp 1-7.
- Nikhashemi R., LH Paim, SMd Sidin, dan A Khatibi, 2014, Driving Forces of Hypermarket's Customer Loyalty: An Empirical Study in Malaysia. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 8(3) March 2014, pp 377-386.
- Nugraha, A., 2013, Persepsi Terhadap Store Atmosphere dengan Minat Beli Konsumen di Hypermart, *Jurnal Online Psikologi*, Vol. 1, No. 2, pp 1-14.
- Rochmawati, O., 2013, Analisa Pengaruh Keunggulan Produk, Efek Komunitas, Terhadap Sikap Merek dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan, pp 1-78.
- Puspaningrum A, 2013, The Role of Customer Satisfaction as the Mediation of the Effects of the Product Attributes and Images to Customer

Loyalty of Retail Business in Indonesia. *International Journal of Business and Behavioral Sciences* Vol. 3, No.10; October. pp. 42-52.

- Sanjaya, T., Samuel, H., dan Dharmayanti, D., 2013, Pengaruh Customer Experience Quality terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty di Kafe Excelso Tunjungan Plaza : Perspektif B2C, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol.1, No.1, pp 1-15.
- Santoso, B., 2013, Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Loyalty Terhadap Parent Brand “Top Coffee” di Surabaya dengan Brand Extension sebagai Variabel Intervening, *Journal of Management*, pp 1-5.
- Subagio, H., dan Utama, L., C., 2014, Analisa Pengaruh Dining Experience Terhadap Behavioral Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus: Domicile Kitchen and Lounge) *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 1, pp 1-8.
- Sasongko, F., dan Subagio, H., 2013, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol.1, No.2, pp 1-7.
- Saidani, B., 2012, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market, *Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 3, No.1, pp 1-22.
- Siddiqi K.O., 2011, Interrelations between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh. *Journal of Business and Management* Vol. 6, No. 3; March, 12-36.
- Widyaningtyas, R., 2010, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Kereta Api Harina (Studi Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Serrarang), pp 1-125.

Wendha, P., A., dan Rahyuda, K., 2013, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar, Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan, Vol. 7, No.1, pp 1-10.

Yunarto, S., Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap kepuasan Pasien rawat inap di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD), pp 1-21.