

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian di atas mengenai pengaruh *atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di EYE2EYE Dining Cafe, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis Profil Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari 100 responden, ternyata 63% berjenis kelamin pria, berumur 15 – 20 tahun (55%), berstatus belum menikah (68%), pendidikan terakhir SMU (53%), memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa/i (51%), memiliki pendapatan dalam sebulan sebesar Rp. < 1.000.000 (36%), kendaraan yang digunakan motor (47%), kedatangan bersama teman/pasangan (35%), asal tempat tinggal di Bandung Utara (33%), dengan frekuensi makan dalam satu bulan ke EYE2EYE Dining Cafe 1 kali (48%).

2. Pelaksanaan *atmosphere* (suasana) yang dilakukan oleh pihak manajemen EYE2EYE Dining Cafe sudah diusahakan semaksimal mungkin, seperti: *exterior* (bagian luar toko), *general interior* (bagian dalam toko), *layout* ruangan (tata letak toko), dan *interior point interest display* (dekorasi pemikat dalam toko).

3. Harapan responden terhadap pelaksanaan *atmosphere* di EYE2EYE Dining Cafe dapat dilaksanakan dengan baik. Hal ini berdasarkan hasil perolehan data dari kuesioner yang disebarkan kepada konsumen EYE2EYE Dining Cafe diperoleh

rata-rata harapan responden mengenai pelaksanaan *atmosphere* sebesar 3.6185, hal ini berarti responden menyatakan setuju terhadap pelaksanaan *atmosphere* yang dilakukan oleh pihak manajemen EYE2EYE Dining Cafe dan berharap *atmosphere* yang dilaksanakan oleh manajemen EYE2EYE Dining Cafe lebih baik dari yang responden rasakan.

4. Tanggapan responden mengenai pelaksanaan atribut *atmosphere* yang dilaksanakan oleh pihak manajemen EYE2EYE Dining Cafe dapat dikatakan cukup baik. Hal ini berdasarkan hasil perolehan data dari kuesioner yang disebarkan kepada konsumen EYE2EYE Dining Cafe diperoleh rata-rata tanggapan responden mengenai pelaksanaan *atmosphere* sebesar 3.5845, ini berarti tanggapan responden setuju mengenai pelaksanaan *atmosphere* yang dilakukan oleh pihak manajemen EYE2EYE Dining Cafe.
5. Berdasarkan perhitungan korelasi Rank Spearman (r_s), maka diperoleh r_s sebesar 0.679, hal ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat atau tinggi dan arah positif antara variabel X (*atmosphere*) dengan variabel Y (kepuasan konsumen). Berdasarkan hasil perhitungan analisis uji hipotesa, didapat nilai t hitung adalah sebesar 9.153 dan nilai t tabel yang diketahui dengan melihat daftar tabel distribusi t sebesar 1.66 dengan taraf signifikansi 0,95 atau pada taraf kemelesetan (α) sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka hipotesis dapat diterima. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (k_d) maka

diperoleh kd sebesar 46.1%. Artinya tingkat pengaruh *atmosphere* terhadap kepuasan konsumen berpengaruh sebesar 46.1%.

5.2 Saran-saran

Setelah melihat hasil dari penelitian dan analisis, maka penulis mencoba mengemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Diharapkan agar pihak manajemen memberikan tanda petunjuk letak pintu masuk agar konsumen tidak mengalami kebingungan saat ingin memasuki kafe.
2. Diharapkan agar pihak EYE2EYE Dining Cafe memperluas fasilitas parkir yang ada. Hal ini dapat menambah calon konsumen baru untuk mencoba, karena dengan fasilitas parkir yang aman dan luas akan menambah kapasitas dari kendaraan yang dapat masuk.
3. Peletakan dekorasi panggung (stage) live music supaya lebih diperluas, menampilkan lagu-lagu yang sesuai dengan trend, dan dapat direquest (pesan) oleh konsumen agar konsumen dapat menikmati lagu kesukaannya sambil menikmati makanan.
4. Tanda petunjuk lokasi (seperti toilet) diperjelas dengan penambahan tulisan yang mudah dibaca. Penggunaan tanda petunjuk harus diperhatikan karena mempunyai peran yang sangat penting bagi konsumen agar konsumen tidak mengalami kebingungan.
5. Diharapkan agar pihak EYE2EYE Dining Cafe hendaknya berusaha untuk meningkatkan elemen *atmosphere*, sehingga konsumen akan merasa lebih

nyaman. Pihak EYE2EYE Dining Cafe harus dapat mempertahankan elemen *atmosphere* yang sudah dinilai baik oleh para konsumen serta memberikan perhatian khusus dengan cara melakukan perbaikan terhadap suasana yang dinilai masih dapat ditingkatkan agar para konsumen menjadi pelanggan yang setia. Misalnya penggunaan sofa yang terlalu tinggi sehingga membuat konsumen tidak nyaman untuk berlama-lama.