

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Mengacu pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis uraikan pada Bab IV, maka pada bab ini penulis menarik beberapa kesimpulan dari pembahasan tentang “Pengaruh *Atmosphere* Terhadap Loyalitas Konsumen pada Rumah Makan Wibisana Bandung” serta saran-saran yang tentunya dapat bermanfaat bagi kemajuan serta pelaksanaan *Atmosphere* yang baik bagi Rumah Makan Wibisana. Adapun kesimpulan dan saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Rumah Makan Wibisana dalam pelaksanaan *atmosphere*-nya berusaha memberikan yang terbaik dengan membuat semenarik dan menyenangkan mungkin pada tiap-tiap aspek *eksterior*, *general interior*, *store layout* dan *general POP display*-nya agar konsumen merasa lebih nyaman berada di Rumah Makan Wibisana, selain itu penilaian konsumen terhadap *atmosphere* pada Rumah Makan Wibisana terutama dalam hal papan nama rumah makan terlihat jelas, pintu masuk rumah makan cukup lebar, bangunan rumah makan terlihat menarik, lingkungan yang strategis, keamanan di tempat parkir (aspek *eksterior*) pelayanan yang diberikan baik dan ramah (aspek *interior*) merupakan aspek-aspek yang sudah dilaksanakan dengan sangat baik oleh Rumah Makan Wibisana, hal tersebut dapat dilihat dari skor rata-rata yang menunjukkan skor di

atas 4. Sedangkan pelaksanaan *atmosphere* yang masih perlu ditingkatkan oleh Rumah Makan Wibisana, terutama pada aspek *interior* dalam hal penerangan dalam rumah makan, hal tersebut dapat dilihat dari hasil kuesioner yang didapat bahwa hal penerangan di dalam rumah makan mendapat nilai tertinggi pada skor 3 di banding aspek lainnya.

2. Berdasarkan hasil analisis variabel Y (Loyalitas) menunjukkan loyalitas konsumen di Rumah Makan Wibisana cukup baik, hal ini ditunjukkan dari hasil skor rata-rata mengenai ketertarikan konsumen untuk berkunjung kembali ke Rumah Makan Wibisana yang cukup tinggi. Loyalitas konsumen yang cukup tinggi dikarenakan konsumen yang berkunjung ke Rumah Makan Wibisana tidak hanya sekedar datang untuk makan dan minum saja melainkan juga untuk kontak sosial serta sebagai pelepas kepenatan dari kegiatan yang melelahkan sepanjang hari.
3. Hasil regresi sederhana menunjukkan nilai α yang diperoleh adalah 0.000 ($\alpha > 0.05$) maka H_0 ditolak = H_1 diterima, hasil tersebut menunjukkan bahwa *atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Dari hasil penghitungan statistik uji t terlihat bahwa nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, ($6.285 > 1,984$) maka dapat diketahui terdapat pengaruh yang signifikan antara *atmosphere* terhadap loyalitas konsumen. Penghitungan koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui berapa besar pengaruh antara variabel X (*Atmosphere*) dan variabel Y (Loyalitas) adalah sebesar 28.73%. Hal ini berarti pengaruh *Atmosphere* terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 28.73% dan sisanya sebesar 71.27%

dipengaruhi variabel lain yang tidak diukur dalam penelitian ini. Hal ini berarti jika *atmosphere* semakin baik maka akan semakin tinggi loyalitas konsumen.

5.2 Saran

Saran yang ingin penulis berikan pada Rumah Makan Wibisana demi kemajuan Rumah Makan Wibisana di masa yang akan datang adalah sebagai berikut:

1. Papan nama rumah makan terlihat jelas, pintu masuk rumah makan cukup lebar, bangunan rumah makan terlihat menarik, lingkungan yang strategis, keamanan di tempat parkir (aspek *eksterior*) pelayanan yang diberikan baik dan ramah (aspek interior) merupakan aspek-aspek yang perlu dipertahankan oleh Rumah Makan Wibisana. Sedangkan pada aspek *interior* terutama dalam hal penerangan dalam rumah makan merupakan hal yang perlu ditingkatkan lagi oleh Rumah Makan Wibisana.
2. Hasil regresi sederhana menunjukkan nilai α yang diperoleh adalah 0.000 ($\alpha \leq 0.05$) maka H_0 ditolak = H_1 diterima, hasil tersebut menunjukkan bahwa *atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, hasil statistik uji t terlihat bahwa nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} , ($6.285 > 1,984$), hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara *atmosphere* dengan loyalitas konsumen pada saat ini, hasil koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh *atmosphere* terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 28.73%, dengan pertimbangan itu maka Rumah Makan Wibisana harus terus meningkatkan

atmosphere nya agar konsumen merasa lebih nyaman berada di dalam Rumah Makan Wibisana, misalnya dengan diberikan band akustik, *hotspot* dan lain-lain.

3. Penerangan atau lampu yang ada di dalam rumah makan harus lebih diperhatikan lagi, mungkin dengan ditambah kuantitas lampu serta daya pencahayaannya ditingkatkan lagi, juga dengan mengontrol lampu yang kira-kira sudah tidak terang lagi, hal ini dimaksudkan agar konsumen merasa lebih nyaman saat berada di Rumah Makan Wibisana.
4. Rumah Makan Wibisana juga dapat memberikan penghargaan kepada pegawai yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik, agar para pegawai lebih termotivasi lagi dalam bekerja dan memberikan pelayanan yang baik pada konsumen.