

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan hasil analisis yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terhadap *Exterior* :

BMC mempunyai *marquee* yang baik, karena terdapat logo, penulisan yang cukup jelas, dan warna yang menarik yang melambangkan rasa dari *yoghurt*. Pintu masuk BMC cukup lebar, sehingga pelanggan dapat keluar-masuk dengan leluasa. Keunikan bangunan BMC yang bergaya *art-deco* klasik Belanda tetap dipertahankan, karena merupakan salah satu bangunan bersejarah di kota Bandung. Hal ini harus dipertahankan dan dijaga oleh pihak BMC dan juga warga Bandung.

2. Terhadap *General Interior*

Warna dan pencahayaan yang ada di BMC diatur dengan baik. Kebersihan lantai di BMC cukup terjaga, karena setiap saat ada petugas yang membersihkan. Desain lantai yang digunakan cukup beragam dan menarik untuk setiap *section* / bagian dari BMC. Pelanggan dapat merasakan atmosfer yang berbeda pada setiap *section*nya. Dengan adanya tamanan hias, kolam air dan

pepohonan di sekitar jalan Aceh memberikan kesan sejuk dan asri. Produk yang ditawarkan di BMC cukup beragam dari masakan khas Indonesia, Eropa hingga terdapat makanan ringan, seperti donat, *pie*, roti, *crepe* dan sebagainya, serta terdapat berbagai jenis minuman seperti *yoghurt*, *juice*, dan *ice cream*. Tetapi, pelanggan ada yang merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan karena harus menunggu lama makanan yang dihidangkan.

### 3. Terhadap *Store Layout*

Pemanfaatan ruangan di BMC sudah maksimal, sehingga memberikan kesan leluasa dan dapat membuat pelanggan nyaman. Lebar jarak antar meja dan kursi cukup teratur, sehingga tidak mengganggu pelanggan lain yang sedang menikmati makanannya, saat pelanggan lain meninggalkan mejanya. Arus lalu lintas dalam toko cukup teratur, namun tetap harus diperhatikan pada saat jam makan siang dan jam makan malam. Karena pada saat itu banyak pelanggan yang datang.

### 4. Terhadap *Interior (POP) Display*

Dekorasi dinding di BMC terlihat menarik dengan foto-foto Bandung tempo dulu. Hal ini yang menjadi keistimewaan dan keunikan dari *outlet* BMC. Petunjuk letak *toilet* yang terlihat dengan jelas,

memudahkan pelanggan BMC untuk mengetahui di mana letak toilet tersebut tanpa harus bertanya pada karyawan.

5. Besarnya pengaruh antara variabel atmosfer (variabel X) dengan variabel kepuasan pelanggan (variabel Y) adalah sebagai berikut :
  - Dari hasil perhitungan dengan analisis koefisien korelasi Pearson diperoleh nilai sebesar 0,597 yang berarti terdapat korelasi yang cukup kuat antara atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan BMC.
  - Besarnya pengaruh penataan atmosfer toko terhadap tingkat kepuasan pelanggan BMC sebesar 35,7% dengan tingkat signifikansi 0,05, sedangkan 64,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Setelah disampaikan beberapa kesimpulan, maka penulis ingin menyatakan beberapa saran dan masukan yang mungkin dapat berguna untuk perbaikan dan kemajuan *outlet* BMC di masa yang akan datang.

Dari hasil penelitian mengenai penataan suasana toko terdapat beberapa elemen yang masih diperhatikan oleh pihak manajemen BMC di antaranya adalah:

- Untuk fasilitas parkir, sebaiknya pihak BMC memberikan kartu tanda masuk agar menjamin keamanan kendaraan pelanggan.

Selain itu, fasilitas parkir agar lebih diperhatikan dalam hal keamanan kendaraan pelanggan BMC. Hal ini disebabkan banyaknya pelanggan yang menggunakan mobil ketika mereka berkunjung ke BMC dan tempat parkir menjadi penuh saat jam makan siang dan malam.

- Untuk aroma ruangan yang tidak terasa oleh pelanggan, sebaiknya pengharum ruangan diletakkan pada tempat yang strategis dan intensitas penyemprotan lebih sering lagi.
- Untuk alunan musik yang jarang diputar, sebaiknya pihak BMC memutarinya agar pelanggan merasa nyaman dan santai ketika menikmati makanannya.
- Perusahaan dapat memperbanyak pencahayaan pada tempat yang strategis terutama pada malam hari, karena kurangnya pencahayaan dapat membuat suasana restoran menjadi tidak menyenangkan.
- Untuk temperatur udara dan sirkulasi udara, sebaiknya pihak BMC menambah kipas angin atau AC. Hal ini dikarenakan banyak konsumen yang merasa kepanasan dan tidak nyaman saat mereka menikmati makanannya, terutama pada siang hari
- Untuk dekorasi dinding, pihak BMC dapat mengganti-ganti gambar foto-foto yang ada atau menambah foto yang baru agar pelanggan tidak merasa bosan.

- Pihak BMC dapat mendekorasi ulang *general interiornya*, agar dapat menciptakan suasana yang baru, nyaman dan menarik.
- Dari hasil perhitungan pada bab sebelumnya diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0.597, berarti terdapat korelasi yang cukup kuat antara atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan BMC. Besarnya pengaruh penataan atmosfer toko terhadap tingkat kepuasan pelanggan BMC sebesar 35,7% dengan tingkat signifikansi 0,05, sedangkan 64,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Faktor-faktor lain itu diantaranya adalah kelezatan makanan, kualitas pelayanan, harga, promosi dan sebagainya.
- Besarnya pengaruh antara penataan atmosfer toko terhadap tingkat kepuasan pelanggan lebih kecil dari pengaruh dari faktor lain tersebut. Pada penelitian ini pun terdapat item-item (variabel *interior POP display*) yang tidak valid dan tidak reliabel. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya penulis menyarankan untuk :
  - Menambah sampel yang lebih banyak
  - Menambah jumlah pertanyaan untuk variabel *interior POP display*.