

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya tentang pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan KFC Surya Sumantri Bandung, penulis menarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. *Store atmosphere* KFC Surya Sumantri Bandung termasuk kategori baik dengan skor penilaian sebesar 7059. Hasil ini menandakan bahwa *store atmosphere* di KFC Surya Sumantri Bandung sudah didukung oleh *general exterior, general interior, store layout, dan interior display* yang memadai.
2. Loyalitas pelanggan KFC Surya Sumantri termasuk kategori baik atau tergolong tinggi dengan skor penilaian sebesar 1659. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sudah merasa yakin dengan kualitas merek KFC Surya Sumantri, menyukai makanan di KFC Surya Sumantri, sudah memperkenalkan produk KFC Surya Sumantri kepada orang lain, dan akan melakukan pembelian ulang produk KFC Surya Sumantri di waktu yang akan datang.
3. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di KFC Surya Sumantri Bandung. Nilai koefisien determinasi yang dihasilkan adalah sebesar 0,477. Dengan kata lain, *store atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di KFC Surya Sumantri Bandung dengan tingkat pengaruh sebesar 47,7%,

sedangkan sisanya 52,3% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti, misalnya kualitas produk, harga, dan promosi.

## 5.2 Saran

Sesuai dengan hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah dibuat, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran, sebagai berikut:

1. KFC Surya Sumantri Bandung sebaiknya terus mempertahankan loyalitas pelanggannya dengan memperbaiki indikator-indikator yang mendapatkan penilaian rendah dari responden, misalnya dengan memperhatikan pencahayaan ruangan makan KFC Surya Sumantri, meningkatkan pelayanan karyawan, dan menata ulang pajangan yang ada di ruangan makan agar terlihat lebih menarik bagi pelanggan.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti masing-masing pengaruh dari *store atmosphere* untuk melihat dimensi yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu juga bisa meneliti variabel lainnya yang bisa mempengaruhi loyalitas pelanggan.