

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menggunakan analisis PLS untuk menguji Pengaruh *Store Atmosphere*, Persepsi Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Fore Coffee* di Kota Surabaya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Store Atmosphere* memiliki pengaruh besar terhadap Kepuasan Konsumen *Fore Coffee* di Kota Surabaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik *Store Atmosphere* di *Fore Coffee* maka semakin tinggi kepuasan konsumen, *store atmosphere* yang dimiliki oleh *Fore Coffee* memiliki keunikan tersendiri yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Sehingga *store atmosphere* memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Persepsi Harga memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen *Fore Coffee* di Kota Surabaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa pandangan konsumen terhadap harga produk yang ditawarkan oleh *Fore Coffee* sebanding dengan nilai yang konsumen terima. Sehingga ketika harga yang ditetapkan oleh *Fore Coffee* sesuai dengan kualitas produknya, konsumen akan merasakan kepuasan atas layanan atau barang yang disediakan.
3. Kualitas Layanan memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen *Fore Coffee* di Kota Surabaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin

baik kualitas layanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Sehingga kualitas layanan yang diberikan *Fore Coffee* di kota Surabaya sangatlah baik dan sesuai dengan harapan konsumen, selain itu fasilitas yang disediakan oleh *Fore Coffee* di kota Surabaya juga sudah sesuai dengan harapan konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dalam proses pengambilan keputusan serta sebagai bahan evaluasi, antara lain

1. *Fore Coffee* diharapkan mampu mempertahankan suasana toko yang menarik dengan menata tata ruang, konsep desain, serta suasana toko yang nyaman agar konsumen akan merasa lebih senang dan betah saat berkunjung atau bersantai saat berkumpul.
2. *Fore Coffee* diharapkan mampu mempertahankan harga produk yang ditawarkan agar konsumen merasa puas dengan kualitas yang diberikan, dan konsumen akan tetap melakukan pembelian kembali di *Fore Coffee* serta membuat konsumen tetap memilih *Fore Coffee* sebagai tempat untuk berkumpul atau bersantai.
3. *Fore Coffee* diharapkan mampu untuk memperhatikan serta memperbaiki kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Karena kualitas layanan merupakan aspek penting dalam kepuasan konsumen, sehingga *Fore Coffee* tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan yang sudah ada agar konsumen puas. Selain itu pelatihan karyawan perlu

ditingkatkan secara berkala agar konsumen mendapatkan pengalaman yang konsisten setiap berkunjung serta kebersihan dan kenyamanan toko harus menjadi prioritas agar konsumen puas dengan layanan yang diberikan.

4. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya, agar dapat mengembangkan hasil penelitian sebagai bahan referensi atau acuan untuk pengembangan penelitian selanjutnya, dan penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang memengaruhi kepuasan konsumen, seperti *green packaging*, kualitas produk, citra merek, atau variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.