

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen Kedai Himalayan Coffee yang telah dibahas serta perhitungan-perhitungan statistik yang dilakukan. Maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis secara parsial menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) Kedai Himalayan Coffee. Dengan nilai T_{hitung} sebesar 4,431 dan nilai signifikansi 0,000.
2. Hasil analisis secara parsial menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) Kedai Himalayan Coffee. Dengan nilai T_{hitung} sebesar 9,504 dan nilai signifikansi 0,000.
3. Hasil analisis secara parsial menunjukkan bahwa variabel *Store Atmosphere* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) Kedai Himalayan Coffee. Dengan nilai T_{hitung} sebesar 3,769 dan nilai signifikansi 0,000.
4. Hasil analisis secara simultan menunjukkan bahwa Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan *Store Atmosphere* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Kedai Himalayan Coffee. Dengan nilai F_{hitung} sebesar 155,449 dan nilai signifikansi 0,000.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan peneliti setelah melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Kedai Himalayan Coffee, menurut hasil penelitian ini variabel *store atmosphere* merupakan yang paling berpengaruh, jadi penulis memberi saran agar selalu memperhatikan lingkungan kedai kopi, dengan demikian akan menciptakan kenyamanan kepada konsumennya yang dapat memberikan kesan positif atas kedai Himalayan Coffee. Sebaiknya juga untuk lahan parkir dapat diperluas dikarenakan saat jam-jam tertentu konsumen menilai lahan parkir terlalu sempit sebab ramai pengunjung. Kedai Himalayan Coffee dapat memberikan promo untuk membuat kelayaitasan konsumennya untuk mendorong mereka datang kembali.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan harga, kualitas produk, *store atmospher* dan kepuasan konsumen agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi. Penelitian selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri agar segala sesuatunya berjalan lebih baik.

