

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *store atmosphere* dan diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada Mahoni Coffee, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan responden selaku pelanggan pada Mahoni Coffee mengenai variabel *store atmosphere* tergolong pada kategori “**Cukup Baik**”. Dengan kata lain kemampuan pihak Mahoni Coffee menciptakan suasana toko yang nyaman bagi para pelanggannya dinilai sudah cukup baik. Dari empat indikator, skor tertinggi berada pada indikator “*exterior*” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “*layout room*”. Hal ini menunjukkan meskipun sudah cukup baik ternyata masih ada hal yang memang perlu diperhatikan dan dilakukan pembenahan secepatnya yaitu dalam hal tata letak dan ruang di dalam toko yang mengganggu akses masuk para pelanggan dan secara langsung mempengaruhi kenyamanan ketika berkunjung.
2. Tanggapan responden selaku pelanggan pada Mahoni Coffee mengenai variabel diferensiasi produk tergolong pada kategori “**Cukup Baik**”. Dengan kata lain kemampuan pihak Mahoni Coffee menawarkan produk yang lebih unggul dibandingkan pesaingnya yang lain dinilai sudah cukup baik. Dari sembilan indikator, skor tertinggi berada pada indikator

“**mudah diperbaiki**” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “**mutu kinerja**”. Hal ini menunjukkan meskipun sudah cukup baik ternyata masih ada hal yang memang perlu diperhatikan dan dilakukan pembenahan secepatnya. Salah satunya dalam hal menawarkan produk yang sesuai dengan harapan pelanggan mulai dari keunikan produk hingga penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk.

3. Tanggapan responden selaku pelanggan pada Mahoni Coffee mengenai variabel kepuasan pelanggan tergolong pada kategori “**Cukup Baik**”. Dengan kata lain kemampuan pihak Mahoni Coffee memenuhi kebutuhan dan mempengaruhi benak para pelanggannya dinilai sudah cukup baik. Dari tiga indikator, skor tertinggi berada pada indikator “**kesediaan merekomendasikan**” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “**kesesuaian harapan**”. Hal ini menunjukkan meskipun sudah cukup baik ternyata masih ada hal yang memang perlu diperhatikan dan dilakukan pembenahan secepatnya. Salah satunya menjaga kualitas pada produk ataupun pelayanan yang ditawarkan agar sesuai dengan harapan para pelanggannya.
4. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan, secara parsial peningkatan nilai pada variabel *store atmosphere* belum tentu mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Mahoni Coffe. Begitupula besaran pengaruhnya yakni sebesar 0,7 % dan bernilai negatif dengan tingkat keeratan yang berada di kategori “**sangat rendah**”.

5. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan, secara parsial peningkatan nilai pada variabel diferensiasi produk mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Mahoni *Coffee*. Sedangkan besaran pengaruhnya yakni sebesar 8,4 % dengan tingkat keeratan yang berada di kategori “rendah”.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis mencoba memberikan saran kepada pihak yang berkaitan maupun pihak lainnya sebagai bahan pertimbangan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk manajemen Mahoni Coffee disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan *Store Exterior, General Interior, Layout Room, dan Interior Display* karena berdasarkan hasil penelitian keempat variabel berada di kategori cukup baik.
2. Untuk manajemen Mahoni Coffee disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan diferensiasi produk yang sudah cukup baik dan diharapkan dapat menambah produk unggulan dan menambah keistimewaan bagi para pelanggannya.
3. Kepuasan pelanggan Mahoni Coffee juga tergolong cukup baik dan disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan pelayanan yang diberikan sehingga dapat meningkatkan kepuasan yang lebih banyak
4. *Store Atmosphere* belum berpengaruh pada kepuasan pelanggan tetapi walaupun belum berpengaruh secara signifikan disarankan Mahoni Coffee dapat menciptakan suasana yang lebih berkesan untuk konsumen.

5. Diferensiasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan disarankan bagi Mahoni Coffee untuk meningkatkan dan menciptakan lebih banyak produk unggulan yang akan diingat dan menjadi pilihan utama bagi konsumen.