

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terkait pengaruh Persepsi Nilai, *Store Atmosphere*, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Nyctophily Coffee Semarang, didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Nilai (X1) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Nyctophily Coffee Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi nilai yang baik dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen di Nyctophily Coffee Semarang. Adapun penilaian yang diberikan oleh responden dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa mereka merasakan manfaat yang sebanding dengan harga yang dibayar, kualitas produk yang baik, serta pengalaman yang nyaman dan menyenangkan selama berada di Nyctophily Coffee Semarang. Namun, beberapa responden menyampaikan belum terdapat peningkatan citra diri social mereka ketika mengunjungi Nyctophily Coffee Semarang, sehingga hal tersebut masih perlu ditingkatkan untuk kepuasan secara keseluruhan.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Store Atmosphere* (X2) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Nyctophily Coffee Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa suasana toko yang baik dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen di Nyctophily Coffee Semarang. Adapun penilaian yang diberikan oleh responden dalam penelitian ini

menunjukkan bahwa mereka merasa nyaman dengan kebersihan meja dan kursi, pemilihan musik, aroma, dan kesesuaian pemilihan warna interior. Faktor-faktor ini memberikan pengalaman yang positif bagi konsumen selama berada di *coffee shop* tersebut. Namun, beberapa responden mengungkapkan keluhan terkait dengan kebersihan toilet dan mushola, volume musik, pencahayaan, suhu, dan tata letak. Oleh karena itu, perbaikan pada aspek pengaturan ruang perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada pelanggan Nyctophily Coffee Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen di Nyctophily Coffee Semarang. Adapun penilaian yang diberikan oleh responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mereka merasa puas dengan fasilitas fisik yang memadai, kerapihan karyawan, pemberian layanan yang sudah dijanjikan, kemampuan karyawan dalam memberikan informasi produk yang dibutuhkan, keramahan karyawan Nyctophily Coffee Semarang, serta kepedulian karyawan terhadap kebutuhan dan kenyamanan konsumen. Faktor-faktor ini memberikan pengalaman yang positif dan membangun kepuasan konsumen. Meskipun demikian, beberapa responden menyampaikan keluhan terkait dengan waktu penyajian yang dinilai cukup lama, kecepatan respon dalam menyelesaikan masalah konsumen, serta perhatian yang kurang diberikan pada setiap keluhan konsumen. Hal-hal seperti ini dapat mengurangi kenyamanan dan kepuasan

konsumen. Oleh karena itu, peningkatan manajemen pelayanan pada saat jam padat perlu dilakukan untuk menjaga kepuasan pelanggan secara konsisten.

4.2 Saran

Mengacu pada temuan penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi yang mampu diberikan kepada perusahaan dan peneliti selanjutnya :

4.2.1 Bagi Perusahaan

1. Berdasarkan hasil rekapitulasi penilaian dari responden, persepsi nilai secara keseluruhan sudah sangat baik, meskipun masih terdapat beberapa item belum dapat melebihi nilai rata-rata, yakni pada indikator *social value*. Nyctophily Coffee Semarang perlu meningkatkan kualitas secara keseluruhan agar mampu meningkatkan citra diri konsumen apabila mengunjungi dan melakukan pembelian di *coffee shop* tersebut. Tak dapat dipungkiri, anak muda zaman sekarang gemar sekali pergi ke *coffee shop*. Bahkan, hal ini telah menjadi trend dan terdapat anggapan ketika mengunjungi *coffee shop* tertentu akan memiliki citra diri yang tinggi. Nyctophily Coffee Semarang dapat membangun identitas dengan nilai premium, seperti desain interior, dan elemen visual mencerminkan kesan eksklusif, modern, dan *instagramable*. Selain itu, Nyctophily Coffee Semarang juga dapat menonjolkan aspek seperti bahan baku berkualitas tinggi, proses pembuatan yang unik, atau kemitraan dengan merek premium lainnya.
2. Berdasarkan hasil rekapitulasi penilaian dari responden, *Store Atmosphere* dinilai sudah sangat baik, meskipun masih terdapat beberapa item dengan nilai di bawah rata-rata, yang mana berada pada indikator tata letak. Tata letak yang diterapkan Nyctophily Coffee Semarang dinilai belum cukup memudahkan untuk

berinteraksi dan mobilisasi konsumen serta karyawan. Nyctophily Coffee Semarang perlu mengatur tata letak yang efektif, menarik, memperhatikan estetika, kenyamanan, serta efisiensi operasional. Selain itu, tempatkan *counter* kasir, barista, dan dapur di lokasi strategis yang mudah dijangkau, tetapi tidak menghalangi alur pergerakan pelanggan. Nyctophily Coffee Semarang juga perlu memastikan terdapat jarak cukup antara meja untuk menjaga privasi pelanggan dan memudahkan pergerakan staf. Selain pada indikator tata letak perlu dilakukan perbaikan pada indikator lainnya yang memperoleh nilai di bawah rata-rata. Nyctophily Coffee Semarang perlu memperhatikan kebersihan pada fasilitas-fasilitasnya, seperti toilet dan mushola. Selain itu, volume musik agar dapat disesuaikan, sehingga tetap nyaman bagi pelanggan untuk berbicara atau bekerja, begitupula dalam penerapan suhu pada ruangan. Pencahayaan juga menjadi satu poin yang perlu diperbaiki untuk menunjang aktivitas konsumen selama berada di Nyctophily Coffee Semarang.

3. Berdasarkan hasil rekapitulasi penilaian dari responden, kualitas pelayanan tergolong dalam kategori sangat baik. Meskipun demikian, masih terdapat item pertanyaan belum dapat melampaui nilai di bawah rata-rata, khususnya pada indikator *responsiveness*. Perlu dirancang suatu sistem untuk meminimalkan waktu tunggu, seperti membagi tugas staf antara kasir, barista, dan pelayan, khususnya ketika dalam keadaan ramai sehingga konsumen tidak menunggu terlalu lama. Hal tersebut juga berhubungan dengan untuk meningkatkan kompetensi karyawan dalam pembuatan produk, dan manajemen waktu. Selain itu, apabila terdapat masalah karyawan harus memberikan solusi secepat

mungkin dan secara professional. Karyawan dapat memberikan perhatian penuh pada setiap keluhan dan tawarkan kompensasi jika diperlukan, serta catat setiap masalah yang muncul dan evaluasi penyebabnya untuk mencegahnya terjadi lagi.

4.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, peneliti memberikan saran yang dapat dijadikan sebagai masukan bagi penelitian selanjutnya. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel serupa pada objek dengan strategi pemasaran yang berbeda.
2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain seperti lokasi, pengalaman konsumen, dan brand image. Penelitian yang lebih komprehensif dapat memberikan pengetahuan mendalam mengenai faktor-faktor yang berkontribusi.