

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Pada tahap akhir, setelah peneliti mengumpulkan, mengolah dan memproses data yang ada dengan SPSS, yang menguji setiap variabel dan indikator terkait pengaruh *Service Quality*, *Store Atmosphere*, dan *Price Fairness* terhadap *Customer Satisfaction*. Berdasarkan data responden yang sudah di dapat diolah dengan pendukug dari sumber jurnal terdahulu, artikel, buku dan lainnya, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan oleh peneliti:

1. Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada Makaema coffee. Dari hasil pengujian uji statistik t variabel *Service Quality* memiliki nilai thitung sebesar 5,270. Sehingga hasil yang didapat thitung > tTabel dimana $5,270 > 1.659$ selain itu nilai signifikan sebesar 0,000 Nilai $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *Service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.
2. Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* pada Makaema coffee. Dari hasil pengujian uji statistik t variabel *Store Atmosphere* memiliki nilai thitung sebesar 3,778. Sehingga hasil yang didapat thitung > tTabel dimana $3,778 > 1.659$. Selain itu nilai signifikan sebesar 0,000 Nilai $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.

3. Pengaruh *Price Fairness* terhadap *Customer Satisfaction* pada Makaema coffee. Dari hasil pengujian uji statistik t variabel *Price Fairness* memiliki nilai thitung sebesar 2,817. Sehingga hasil yang didapat thitung > tTabel dimana $2,817 > 1,659$. Selain itu nilai signifikan sebesar 0,006 Nilai $0,006 < 0,05$. Maka hipotesis ketiga diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *Price Fairness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil olahan data dan laporan penelitian, peneliti memiliki beberapa saran yaitu :

1. Saran kepada Makema Coffee

Agar tetap dapat mempertahankan *Service Quality*, *Store Atmosphere*, dan *Price Fairness* yang dimiliki karena merupakan salah satu variabel yang paling mempengaruhi *Customer Satisfaction*.

2. Saran Kepada Penelitian Selanjutnya

Disarankan pada peneliti selanjutnya menggunakan variabel-variabel lain yang diujikan pengaruhnya terhadap *Customer Satisfaction*. Dan memperluas tempat penelitian yang diteliti