

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pariwisata menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial, ekonomi dan budaya. Permintaan akan produk pariwisata semakin bertambah seiring dengan perubahan gaya hidup dan bertambahnya keinginan manusia. Menteri Pariwisata menargetkan semua destinasi wisata di Indonesia tersertifikasi pariwisata berkelanjutan sebagai syarat untuk menjadi berkelas dunia.

Purwakarta adalah sebuah Kabupaten di Jawa Barat, mempunyai batas kabupaten Subang sebelah timur. Di sebelah barat berbatasan dengan kabupaten Cianjur, sedangkan di sebelah utara berbatasan dengan kabupaten Karawang. Di bagian selatan Purwakarta terdapat kabupaten Bandung barat yang membatasi wilayah kota kecil ini. Kabupaten Purwakarta memiliki daya tarik yang cukup tinggi dalam bidang makanan dan minuman atau dengan kata lain yaitu kuliner. Wisata kuliner di Purwakarta sudah menjadi primadona bagi para penggemar pemburu makanan dan minuman yang unik baik dalam maupun luar kota. Perputaran bisnis kuliner yang terjadi ini memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap peningkatan ekonomi. Seiring berkembangnya zaman, dunia ekonomi dan bisnis mengalami pergeseran menjadi ekonomi berbasis pengetahuan dan kreatifitas. Sehingga fimulailah era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreatifitas sebutan ekonomi kreatif yang digerakan oleh industry

yang disebut Industri Kreatif. Berikut adalah data kontribusi subsektor Industri Kreatif di Kabupaten Purwakarta dalam tahun 2018 – 2021.

Tabel 1.1.
Data Kontribusi Subsektor Industri Kreatif Di Kabupaten Purwakarta
Tahun 2018 - 2021

NO	Industr Kreatif	Subsektor PDB	Persentasi
1	Desain	4.134.446	3,95%
2	Kerajinan	6.159.598	5,88%
3	TV dan Radio	2.504.319	0,24%
4	Layanan Komputer	1.040.637	0,99%
5	Periklanan	1.247.644	0,12%
6	Seni Pertunjukan	337.392	0,32%
7	Kuliner	10.170.668	10,82%
8	Penerbit dan Percetakan	10.406.	0,99%
9	Pasar Barang Seni	685.870	0,65%
10	Arsitektur	142.765	2,03%

Sumber: Badan Pusat Statistik

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa PDB (Produk Domestik Bruto) Industri kreatif Kabupaten Purwakarta didominasi oleh industri kuliner sebesar 10,82% karena kuliner merupakan jenis usaha yang beberapa tahun ini banyak di jadikan ladang usaha di Kabupaten Purwakarta. Meningkatnya usaha kuliner di Kabupaten Purwakarta tentu sangat berkaitan dengan pertumbuhan jumlah penduduk yang terjadi. Pertumbuhan penduduk yang meningkat setiap tahunnya maka secara tidak langsung juga kebutuhan hidup yang harus dipenuhi serta keinginan. Berikut ini adalah jumlah penduduk Kabupaten Purwakarta dalam jangka waktu 2018 sampai dengan 2021.

Tabel 1.2.
Data Jumlah Penduduk Kabupaten Purwakarta

NO	Tahun	Jumlah Penduduk	Persentasi (peningkatan/penurunan)
1	2018	70.166	
			1.13%
2	2019	70.957	
			4.22%
3	2020	73.953	
			12.81%
4	2021	83.425	

Sumber: Badan Pusat Statistik

Berdasarkan Tabel 1.2 bahwa pertumbuhan penduduk Kabupaten Purwakarta terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Kondisi ini menjadi peluang bagi para pelaku usaha kuliner sehingga bisnis bisa terus berkembang. Meningkatnya pertumbuhan penduduk ini menggambarkan bahwa perkembangan bisnis usaha makanan dan minuman di Kabupaten Purwakarta sangat potensial karena bisa memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen. Pelaku bisnis berupaya membuat bisnis kulinernya agar menarik bagi konsumen sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dari hal tersebut mengakibatkan menjamurnya pertumbuhan cafe di Kabupaten Purwakarta dengan berbagai konsep yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Untuk mengatasi persaingan antar pelaku bisnis, maka pelaku bisnis harus menentukan strategi pemasaran yang berorientasi kepada konsumen. Orientasi kepada konsumen itu dilakukan oleh pelaku bisnis dengan membuat inovasi – inovasi yang mampu memberikan kepuasan akan kebutuhan dan keinginan konsumen. Restoran atau cafe perlu mencari cara untuk mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan dan suasana yang nyaman bagi para konsumen. Persaingan cafe di Purwakarta semakin ketat dikarenakan banyaknya bermunculan cafe-cafe baru, untuk mempertahankan bisnis

cafe tidak hanya harus memiliki modal yang cukup, konsep sebuah cafe menjadi salah satu faktor penentu dalam usaha cafe sehingga mampu meraih pasar yang jelas di tengah persaingan yang ketat. Bisnis kuliner di Purwakarta sudah mulai banyak dan menyebar ke berbagai wilayah di Purwakarta dengan menawarkan tema dan konsep yang beragam, mulai dari restoran, kedai, warung kopi dan cafe. Berikut merupakan daftar yang menunjukkan data cafe di Kabupaten Purwakarta yang sejenis pada bidangnya.

Table 1.3.
Daftar Café Yang Berada Di Kabupaten Purwakarta

NO	NAMA CAFÉ	RATING
1	Kakota Café	4.5
2	Two Element	4.4
3	Stasiun Kopi Purwakarta	4.4
4	The Sunday	4.4
5	WKWK Café	4.3
6	Oppa Café	4.3
7	Tokomi	4.3
8	Follow Mie	4.2
9	Heyho	4.1
10	Kedai Koka	3.9

Sumber: Foursquare

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa rating dari penilaian pelanggan untuk rekomendasi tempat setelah pelanggan pernah berkunjung ke salah satu café tertentu. Rata-rata rating café mendapat nilai terendah, sedangkan untuk Kedai Koka mendapat rating tidak melebihi 4 maka dari itu peneliti memilih Kedai Koka sebagai objek penelitian.

Kedai Koka mempunyai banyak pilihan menu yang dapat dipilih oleh konsumen. Semakin ketatnya persaingan usaha dibidang ini, membuat perusahaan semakin dituntut untuk semakin cepat dalam menarik kosumen. Menarik konsumen tidak hanya untuk menunjukkan eksistensi dari perusahaan, namun juga untuk

meningkatkan penjualan pada perusahaan tersebut, dan untuk mencapai target penjualan setiap bulannya. Dengan cara perusahaan harus memperhatikan kepuasan setiap konsumen, setiap kepuasan konsumen tentunya ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi baik dari dalam maupun luar perusahaan. Kepuasan konsumen dianggap sebagai penentu sikap pasca pembelian dan mencerminkan sebagai hasil positif maupun negatif, yang berasal dari pengalaman pribadi konsumen.

Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction) diartikan sebagai fungsi dari seberapa sesuainya harapan pembeli produk dengan kinerja yang dipikirkan pembeli atas produk tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan dan suasana toko. Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dalam bagi setiap perusahaan dalam memenangkan persaingan bisnis. Oleh karena itu konsumen yang mendapatkan pelayanan yang baik akan merasa senang. Penelitian terdahulu yang diterapkan oleh Ida Ayu Inten Surya Utami dan I Made Jatra (2015), Felita Sasongko (2013), Tariq Khalil Bharwana (2013), Cherono Vivian (2013), Douglas Chiguvi (2013) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Suasana Toko juga memiliki peran penting dan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena suasana toko tidak hanya memberikan suasana yang menarik bagi konsumen, suasana toko juga adalah salah satu sarana yang dapat berakibat positif dan menguntungkan, dapat dibuat semenarik mungkin dan juga dibuat agar konsumen merasa nyaman berada di Kedai Koka. Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan Muhammad Edwar(2017), Netti Mulya Sari Sg (2015), Masrul dan Okta Karneli (2017), Santika Devi (2017), Milzam Haidi Rofa (2016)

menunjukkan bahwa suasana toko memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Peneliti melakukan survey pendahuluan dengan memperhatikan penerapan elemen bauran pemasaran. Hal ini digunakan agar peneliti mendapatkan bukti nyata permasalahan yang ada di Kedai Koka. Peneliti melakukan pendahuluan penelitian pada Kedai Koka dengan cara membagikan kuesioner secara online kepada 30 responden yang dilakukan secara acak.

Tabel 1.4.
Penelitian Pendahuluan Mengenai Kepuasan Konsumen Kedai Koka

Kategori	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
Kepuasan Konsumen	Saya Sangat Puas Dengan Makanan Yang Disajikan Kedai Koka	10,0 0%	23,3 3%	53,3 3%	13,3 3%	
	Saya Sangat Puas Dengan Minuman Yang Disajikan Kedai Koka	10,0 0%	20,0 0%	56,6 7%	13,3 3%	
	Saya Sangat Puas Dengan Pelayanan Yang Diberikan Kedai Koka	10,0 0%	20,0 0%	20,0 0%	43,3 3%	6,67 %
	Saya Sangat Puas Dengan Suasana Yang Ada Di Kedai Koka	6,67 %	16,6 7%	26,6 7%	40,0 0%	10,0 0%

Sumber: Hasil Penelitian Pendahuluan

Berdasarkan Tabel diatas survei pendahuluan mengenai kepuasan

konsumen, bahwa dengan tingkat persaingan yang cukup tinggi membuat perusahaan mulai bersaing untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya dengan harapan memberikan pengalaman pembelian yang baik dibenak konsumen. Namun ketika tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen kurang atau rendah, maka terdapat kemungkinan konsumen berpaling kepada produsen lain yang bisa memberikan suatu produk maupun jasa yang dibutuhkan atau diinginkan oleh konsumen sesuai dengan apa yang mereka harapkan atau ekspektasinya.

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Fandy Tjiptono 2013:160) Konsumen merasa tidak puas diperkuat dengan data keluhan yang sering diterima Kedai Koka. Keluhan konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu alat mengukur seberapa besar kepuasan dan ketidak puasan konsumen sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (2015:219) bahwa sistem keluhan dan saran dapat dijadikan untuk mengukur kepuasan konsumen. Berikut ini akan ditampilkan beberapa screenshoot mengenai keluhan konsumen pada Kedai Koka yang berasal dari Google Review.





Gambar 1.1.
Beberapa Keluhan Konsumen Kedai Koka
Sumber: Google Review

Selanjutnya untuk mengetahui lebih jauh, penulis melakukan penelitian pendahuluan dengan konsentrasi yang penulis ambil yaitu mengenai pemasaran, mengenai bauran pemasaran jasa (7P). Hal tersebut untuk mengetahui permasalahan yang sebenarnya terjadi pada Kedai Koka menyangkut tanggapan konsumen tentang bauran pemasaran jasa dengan cara menyebarkan kuisioner secara acak kepada 30 responden. Berikut hasil penelitian pendahuluan.

Tabel 1.5.
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Faktor yang diduga Mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Kedai Koka Purwakarta

N O	Variabel	Pernyataan	Jawaban							
			SS	S	CS	TS	STS			
1	Produk	Menu yang ditawarkan Kedai Koka beragam	9	30.00%	10	33.33%	10	33.33%	1	3.33%
		Makanan Kedai Koka	6	20.00%	14	46.67%	9	30.00%	1	3.33%

		sangat enak											
		Minuman Kedai Koka sangat enak	5	16.67%	14	46.67%	9	30.00%	1	3.33%			
2	Harga	Harga yang ditawarkan Kedai Koka sangat terjangkau	4	13.33%	15	50.00%	9	30.00%	2	6.67%			
		sesuainya harga dengan kualitas harga yang ditawarkan Kedai Koka sesuai dengan kualitasnya	4	13.33%	5	16.67%	9	30.00%	2	6.67%			
3	Tempat	lokasi Kedai Koka sangat mudah dijangkau	12	40.00%	11	36.67%	5	16.67%	1	3.33%			
		Kedai Koka mempunyai tempat yang sangat nyaman	3	10.00%	13	43.33%	13	43.33%	1	3.33%			
4	Promosi	Pesan promosi yang diterapkan Kedai Koka sangat mudah dipahami	6	20.00%	13	43.33%	10	33.33%	1	3.33%			

		dan menarik perhatian										
		Media promosi yang dipublikasikan sangat menarik perhatian	6	20.00%	13	43.33%	10	33.33%	1	3.33%		
5	Orang	Karyawan Kedai Koka sangat ramah	3	10.00%	4	13.33%	13	43.33%	9	30.00%	1	3.33%
		Karyawan Kedai Koka sangat cepat tanggap dalam melayani konsumen	2	6.67%	4	13.33%	10	33.33%	13	43.33%	1	3.33%
		Karyawan Kedai Koka memberikan pelayanan secara profesional	2	6.67%	3	10.00%	13	43.33%	10	33.33%	2	6.67%
6	Proses	Proses pemesanan cepat ditanggapi oleh pelayan	2	6.67%	9	30.00%	17	56.67%	2	6.67%		
		Proses penyajian makanan dan minuman di Kedai Koka sesuai	3	10.00%	10	33.33%	15	50.00%	2	6.67%		

		dengan gambar yang ada pada buku menu										
		Proses penyampaian makanan dan minuman sangat baik	3	10.00%	11	36.67%	13	43.33%	3	10.00%		
7	Bukti Fisik	Suasana didalam ruangan Kedai Koka sangat luas, terang dan nyaman	2	6.67%	3	10.00%	10	33.33%	10	33.33%	5	16.67%
		Fasilitas yang disediakan Kedai Koka sangat lengkap	2	6.67%	2	6.67%	6	20.00%	14	46.67%	6	20.00%

Sumber: Hasil Penelitian Pendahuluan

Berdasarkan pada tabel 1.5. yang penulis sajikan diatas, dapat dilihat bahwa dari hasil penelitian pendahuluan mengenai factor-faktor yang diduga mempengaruhi kepuasan konsumen yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukan adanya masalah kualitas pelayanan dan suasana toko pada Kedai Koka Purwakarta. Dalam penyebaran kuisisioner terdapat 3,3% responden menyatakan bahwa sangat tidak setuju dengan pelayanan keramahan karyawan Kedai Koka, kemudian ada 30,00% responden menyatakan tidak setuju dengan pelayanan keramahan Kedai Koka dan 43,33% responden kurang setuju dengan pelayanan keramahan karyawan Kedai Koka. Terdapat 3,3% responden menyatakan sangat tidak setuju dengan

karyawan Kedai Koka sangat cepat tanggap dalam melayani konsumen, kemudian 43,33% responden tidak setuju dengan karyawan Kedai koka sangat cepat tanggap dalam melayani konsumen dan 33,33% responden kurang setuju dengan karyawan Kedai Koka cepat tanggap dalam melayani konsumen. Terdapat 6,67% responden menyatakan sangat tidak setuju dengan karyawan Kedai Koka memberikan pelayanan secara professional, kemudian 33,33% responden tidak setuju dengan karyawan Kedai Koka memberikan pelayanan secara professional dan 43,33% responden kurang setuju dengan karyawan Kedai Koka memberikan pelayanan secara professional. Terdapat 16,67% responden menyatakan sangat tidak setuju dengan suasana didalam ruangan Kedai Koka sangat luas, terang dan nyaman, kemudian 33,33% tidak setuju dengan suasana didalam ruangan Kedai Koka sangat luas, nyaman dan terang, dan 33,33% responden kurang setuju suasana didalam ruangan Kedai Koka sangat luas, nyaman dan terang. Terdapat 20,00% responden menyatakan sangat tidak setuju dengan fasilitas yang disediakan Kedai Koka sangat lengkap, kemudian 46,67 tidak setuju dengan fasilitas yang diberikan Kedai Koka sangat lengkap dan 20,00% responden kurang setuju dengan fasilitas yang diberikan Kedai Koka sangat lengkap.

Hasil penelitian pendahuluan tersebut dapat mengidentifikasi bahwa terjadi masalah dari segi kualitas pelayanan yang belum optimal dilakukan oleh pihak Kedai Koka dan suasana toko yang belum memberikan kenyamanan serta fasilitas yang tidak lengkap oleh Kedai Koka mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu juga ada hasil dari ulasan Google Review yang dilakukan oleh penulis mengenai keluhan konsumen.

Philip Kotler & Amstrong (2014:7) dalam bukunya *Principle of marketing*

yaitu “*Customer satisfaction is closely linked to quality. Quality has a direct impact of product performance and customer satisfaction*”. Kualitas memiliki dampak langsung terhadap performa produk dan kepuasan konsumen. Fandy Tjiptono (2014:118) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen juga diterangkan dalam jurnal Steavianus (2014). Dari hasil penelitian yang dilakukan tersebut dapat diperoleh kesimpulan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variable kualitas pelayanan terhadap variable kepuasan konsumen. Serta menurut penelitian yang dilakukan Mohinder Chan dan Dahiya Ashish (2014) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen.

Adapun hubungan suasana café terhadap keputusan pembelian diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Masrul dan Okta Karneli (2017) mengatakan bahwa Suasana Toko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Netti Mulya Sari Sg dan Aditya Wardhana (2015) mengatakan bahwa suasana toko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan Cheron Vivian (2017) mengatakan bahwa suasana berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Kemudian Douglas Chiguvi (2017) mengatakan bahwa suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Pengusaha dituntut cermat melihat keinginan konsumen sehingga dapat memperbaiki tingkat pendapatan tersebut yaitu dengan kualitas pelayanan yang baik dan suasana toko yang nyaman. Kualitas pelayanan dan suasana toko yang

dirasakan konsumen belum sesuai dengan harapan sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen, asumsi tersebut menjadi sebuah pertimbangan bagi peneliti untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah ditunjukkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap konsumen Kedai Koka dengan judul

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Kedai Koka Purwakarta)”.

1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian

Identifikasi masalah merupakan proses penelitian yang bisa dikatakan paling penting diantara proses yang lain. Masalah penelitian akan menentukan kualitas dari penelitian. Lalu dengan identifikasi masalah peneliti akan menentukan rumusan masalah yang merupakan pertanyaan-pertanyaan yang perlu dijawab oleh peneliti dan dicarikan pemecahan masalahnya.

1.2.1. Identifikasi Masalah

Adapun permasalahan Kedai Koka yang dapat diidentifikasi oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kedai Koka mendapatkan rating terendah diantara café sejenisnya.
2. Pelayanan yang dilakukan Kedai Koka dinilai kurang memuaskan konsumen.
3. Suasana Kedai Koka kurang nyaman
4. Rendahnya kepuasan konsumen di Kedai Koka.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dikemukakan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan pada Kedai Koka.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai suasana toko pada Kedai Koka.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen pada Kedai Koka.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen Kedai Koka baik secara simultan maupun parsial.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa:

1. Tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan pada Kedai Koka.
2. Tanggapan konsumen mengenai suasana toko pada Kedai Koka.
3. Tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen pada Kedai Koka.
4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen Kedai Koka baik secara simultan maupun parsial.

1.4. Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat bukan hanya bagi peneliti sendiri, tetapi tulisan ini juga dapat berguna bagi mereka yang membacanya terutama yang ingin melakukan penelitian pengembangan yang berkaitan dengan faktor kualitas pelayanan dan factor suasana toko terhadap kepuasan konsumen.

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi banyak pihak yang bersangkutan, adapun kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu pengetahuan, khususnya bagi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
2. Memberikan masukan bagi ilmu pengetahuan mengenai hubungan dan pengaruh antara teori kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen.
3. Memberikan informasi tentang teori kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan yang mana dapat berguna untuk mempertahankan eksistensi perusahaan di bidang bisnis kuliner.
4. Memberikan informasi tentang teori kepuasan konsumen pada perusahaan yang mana dapat berguna untuk mengatasi permasalahan kepuasan konsumen untuk melakukan pembelian.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis bermanfaat bagi berbagai pihak yang memerlukannya untuk memperbaiki kinerja agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut, diantaranya adalah:

1. Bagi Peneliti
 - a. Dapat mempelajari lebih dalam di bidang pemasaran khususnya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen.

- b. Dapat mengetahui permasalahan yang terjadi seperti tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen.
 - c. Dapat mengetahui hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Bagi Perusahaan
- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menentukan strategi kualitas pelayanan yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menentukan strategi suasana toko yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
 - c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menentukan strategi untuk menangani permasalahan yang dihadapi berkaitan dengan kepuasan konsumen.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan bidang pemasaran, khususnya kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen.

