

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pada hasil olah data dan analisis mengenai Pengaruh Strategi Lokasi, *Store Atmosphere* dalam Islam dan Hubungan pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen di Minimarket Hufadz Cabang Krapyak Jepara, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi Lokasi mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Minimarket Hufadz Cabang Krapyak Jepara. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai t_{hitung} 4,200 dengan nilai t_{tabel} 1,290 ini berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,200 > 1,290$) serta nilai signifikansinya ($0,000 < 0,10$) yang berarti pengujian memberikan hasil positif signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa Strategi Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dalam pemilihan lokasi yang tepat sangat penting dan berpengaruh langsung terhadap konsumen apabila dalam pemilihan lokasi yang strategis, sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen sehingga mereka akan merasa puas dengan adanya lokasi yang baik.
2. *Store Atmosphere* dalam Islam tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Minimarket Hufadz Cabang Krapyak Jepara. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai t_{hitung} 0,455 dengan nilai t_{tabel} 1,290 ini berarti nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,455 < 1,290$) dan nilai signifikansinya $0,650 > 0,10$ yang berarti pengujian memberikan hasil tidak signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* dalam Islam berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Yang dibuktikan dengan penyebaran kuesioner bahwa menurut konsumen yang berbelanja untuk *store atmosphere* dalam Islam ini tidak membuat konsumen merasa puas, dikarenakan masih banyak yang perlu diperbaiki seperti lambang huruf “kha” yang merupakan symbol minimarket kurang menarik sebab hurufnya kecil dan tidak begitu terlihat sehingga konsumen merasa kurang puas. Dengan begitu perlu dikembangkan lagi bagaimana strategi suasana toko yang diterapkan oleh perusahaan dapat menciptakan kepuasan konsumen yang datang.
3. Hubungan Pemasaran mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Minimarket Hufadz Cabang Krapyak Jepara.

Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai t_{hitung} 5,955 dengan nilai t_{tabel} 1,290 ini berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,955 > 1,290$) dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,10$ yang berarti pengujian memiliki hasil positif signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa store atmosphere tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan adanya penyebaran kuesioner yang secara langsung kepada konsumen dan hasilnya mereka merasa puas dengan hubungan yang baik yang ada dalam minimarket, seperti pelayanan yang diberikan sangatlah memuaskan serta terjalin hubungan pemasaran yang baik dari pelanggan dengan pelayan toko sehingga dalam hal ini terciptanya sebuah hubungan yang terjalin dengan solid dan konsumen merasa puas.

4. Strategi Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sebab strategi lokasi yang diterapkan oleh perusahaan sangatlah mendukung dari segin apapun. *Store Atmosphere* dalam Islam tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, hal ini terbukti dengan adanya ketidakpuasan yang timbul dari benak konsumen yaitu mereka merasa bahwa strategi yang diciptakan dari perusahaan dalam *store atmosphere* dalam Islam kurang mendukung. Dan Hubungan Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen, ini dibuktikan melalui konsumen yang suka berbelanja yaitu terjalinnya suatu hubungan pemasaran yang baik antara konsumen dengan pelayanan yang diberikan. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa terdapat 2 variabel yaitu Strategi Lokasi dan Hubungan Pemasaran yang mempunyai pengaruh signifikan atau (diterima) sedangkan *store atmosphere* dalam Islam tidak berpengaruh (ditolak).

B. Keterbatasan Peneliti

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti sudah mengupayakan semaksimal mungkin, namun masih banyak keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini, antara lain:

1. Ruang lingkup yang ada pada penelitian ini hanya di Minimarket Hufadz cabang Krapyak Jepara saja, sehingga agar dapat memperoleh kesimpulan secara general maka penelitian yang lebih luas perlu dilakukan dengan objek penelitian yang diperluas di semua cabang.
2. Variabel pada penelitian ini hanya Strategi Lokasi, *Store Atmosphere* dalam Islam dan Hubungan Pemasaran Terhadap

Kepuasan Konsumen. Sedangkan masih banyak variabel lainnya yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

3. Sampel yang digunakan pada penelitian ini hanya ada 100 responden. Sehingga untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih komprehensif dan lebih akurat, diperlukan penelitian yang lebih luas dengan penambahan pada jumlah responden.

C. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian dan simpulan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak Minimarket Hufadz Cabang Krapyak Jepara

Hendaknya mempertahankan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen yang diberikan kepada konsumen baik dari segi fasilitas maupun karyawan supaya dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan supaya konsumen merasa puas dengan apa yang diberikan dan tidak kecewa. Selain itu juga lebih baik lagi untuk membenahi kekurangan dari *store atmosphere* dalam Islam supaya lebih baik lagi dan memberikan rasa puas kepada para konsumen yang berbelanja. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pengetahuan pelanggan Minimarket Hufadz Cabang Krapyak Jepara.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini tidak jauh dari kata sempurna. Sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya supaya dapat menggunakan data yang lebih banyak lagi dan diharapkan untuk meneliti lagi tentang variabel *Store Atmosphere* dalam Islam yang ada dalam Minimarket Hufadz tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen juga dapat menambah variabel lain, supaya penelitiannya lebih baik lagi dan diharapkan dapat mengembangkan hasil penelitian ini dan menjadi referensi.

D. Penutup

Demikian akhir dari tulisan ini, Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan kekuatan, kesehatan, nikmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Terimakasih juga saya ucapkan kepada pihak-pihak yang telah membantu, memberikan semangat, masukan, kritikan dan juga saran dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Strategi Lokasi, *Store Atmosphere* dalam Islam Terhadap Kepuasan konsumen” (Studi Kasus pada Minimarket Hufadz cabang Krapyak Jepara).”Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah

khazanah keilmuan bagi peneliti sendiri maupun bagi pembaca pada umumnya. Peneliti juga mengharapakan kritik dan saran guna memperbaiki kekurangan penulisan pada skripsi ini yang jauh dari kata sempurna. Sebagai akhir kata, kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT dan kekurangan milik para hamba-Nya.

