

## **BAB V** **SIMPULAN**

### **5.1.Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *store atmosphere*, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan di Niceso Sukses Indonesia, Kabupaten Kebumen dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Store atmosphere* terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Niceso Kebumen. Artinya, suasana toko yang tercipta di Niceso benar-benar memberi pengaruh langsung pada bagaimana konsumen menilai pengalaman belanjanya. Pelanggan merasa nyaman karena toko ditata dengan rapi, pencahayaan terang sehingga produk terlihat jelas, serta kondisi toko yang bersih membuat suasana belanja lebih menyenangkan. Tata letak rak yang teratur juga memudahkan konsumen mencari barang, sehingga mereka tidak perlu menghabiskan banyak waktu hanya untuk menemukan produk yang dibutuhkan. Selain itu, dekorasi toko yang menarik memberi kesan modern dan membuat konsumen merasa betah berlama-lama di dalam toko.

Profil pelanggan Niceso didominasi oleh generasi muda, terutama kalangan pelajar, mahasiswa, dan pekerja awal yang sebagian besar adalah perempuan. Mereka memiliki gaya hidup praktis dengan pengeluaran bulanan pada tingkat menengah, serta cenderung menyukai produk unik, fungsional, dan terjangkau. Hal ini menunjukkan bahwa suasana toko yang nyaman, menarik, dan sesuai dengan karakteristik

generasi Z serta milenial awal sangat penting untuk menciptakan pengalaman belanja yang positif. Dengan atmosfer toko yang sesuai dengan kebutuhan segmen ini, Niceso mampu memperkuat citra sebagai toko ritel modern yang peduli dengan kenyamanan pelanggan sekaligus menawarkan produk yang pas dengan gaya hidup mereka. Kenyamanan inilah yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan, mendorong pembelian ulang, dan membangun loyalitas konsumen terhadap Niceso.

2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Niceso Kebumen. Artinya, pelayanan yang diberikan oleh karyawan Niceso berperan penting dalam membentuk pengalaman belanja konsumen dan memengaruhi tingkat kepuasan mereka. Pelayanan yang baik tercermin dari keramahan karyawan dalam menyapa dan membantu pelanggan, kesigapan dalam melayani saat konsumen membutuhkan bantuan, serta ketepatan dalam proses transaksi di kasir. Hal-hal tersebut memberikan rasa nyaman, aman, dan dihargai bagi pelanggan ketika berbelanja di Niceso.

Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya sekadar mempercepat proses belanja, tetapi juga memberikan pengalaman yang menyenangkan dan membangun hubungan emosional antara konsumen dengan Niceso. Misalnya, sikap ramah dan perhatian personal dari karyawan dapat membuat pelanggan merasa dihargai, sedangkan pelayanan yang cepat dan tanggap mampu mengurangi keluhan saat toko ramai pengunjung. Dalam konteks pelanggan Niceso yang mayoritas adalah perempuan dari

kalangan generasi muda, mahasiswa, dan pelajar, keberadaan karyawan yang sigap, komunikatif, dan juga adanya penambahan karyawan wanita akan semakin memberikan kenyamanan serta rasa aman saat berbelanja. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang memperkuat citra Niceso sebagai toko ritel modern yang peduli terhadap kepuasan pelanggan, mendorong mereka untuk kembali berbelanja, serta meningkatkan loyalitas jangka panjang.

3. Keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Niceso Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin beragam pilihan produk yang tersedia, semakin besar peluang konsumen merasa puas ketika berbelanja. Konsumen cenderung menyukai toko yang menyediakan banyak pilihan karena mereka dapat menemukan produk sesuai kebutuhan tanpa harus berpindah ke toko lain. Di Niceso, keragaman produk terlihat dari ketersediaan berbagai kategori seperti kebutuhan rumah tangga, peralatan sekolah, perlengkapan pribadi, hingga aksesoris dan produk gaya hidup. Dengan adanya variasi tersebut, pelanggan dapat memilih produk berdasarkan selera, kualitas, dan harga yang sesuai dengan kemampuan mereka.

Keragaman produk tidak hanya memberi konsumen lebih banyak opsi, tetapi juga menciptakan pengalaman belanja yang lebih menyenangkan. Konsumen merasa lebih puas karena mereka bisa membandingkan beberapa produk sekaligus sebelum membeli, baik dari sisi warna, ukuran, maupun jenis produk yang berbeda. Situasi ini membangun

persepsi positif bahwa Niceso adalah toko ritel modern yang mampu mengikuti tren serta selalu menyediakan produk yang lengkap dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

## 5.2. Keterbatasan

Pada penelitian ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Adanya keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan evaluasi dan perbaikan untuk penelitian yang akan datang.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lingkup responden terbatas hanya pada pelanggan Niceso cabang Kebumen (*offline*) dengan usia minimal 17 tahun, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada cabang Niceso lainnya maupun konsumen *online*.
2. Penelitian menjelaskan bahwa variabel kepuasan pelanggan 70,6% dipengaruhi oleh variabel *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan keragaman produk. Peneliti lain disarankan untuk mengambil variabel lain karena ( $100\% - 70,6\% = 29,4\%$ ) dijelaskan oleh faktor lain dari luar model atau dipengaruhi variabel lain, serta menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.
3. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner tertutup, sehingga jawaban responden terbatas pada pilihan yang tersedia dan berpotensi dipengaruhi subjektivitas responden.

4. Waktu penelitian yang relatif singkat, sehingga hasil penelitian hanya mencerminkan kondisi sesaat dan belum menggambarkan perubahan kepuasan pelanggan dalam jangka panjang.

### 5.3. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat dikemukakan implikasi secara praktis dan teoritis sebagai berikut:

#### 5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Niceso Kebumen. Niceso dapat mengoptimalkan suasana toko dengan memperhatikan tata letak rak yang rapi, pencahayaan yang terang, kebersihan ruangan, serta dekorasi interior yang menarik agar memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan. Selain itu, perusahaan dapat menambahkan elemen atmosfer pendukung seperti musik yang sesuai, aroma ruangan yang segar, serta ruang parkir yang memadai untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan. Hal ini penting untuk membangun persepsi positif, meningkatkan kepuasan, dan mendorong pembelian berulang. Penerapan *store atmosphere* yang konsisten tidak hanya meningkatkan pengalaman belanja, tetapi juga memperkuat citra toko sebagai ritel modern yang nyaman dan

ramah pelanggan. Niceso sebaiknya juga melibatkan konsumen melalui survei atau kotak saran mengenai suasana toko, sehingga pelanggan merasa didengar dan turut berkontribusi dalam menciptakan atmosfer belanja yang lebih baik.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Niceso Kebumen. Peningkatan kualitas pelayanan harus dilakukan secara berkelanjutan dan berfokus pada kebutuhan konsumen. Perusahaan perlu terus melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan untuk memastikan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Contohnya, pelatihan rutin mengenai keterampilan komunikasi, peningkatan kecepatan dalam melayani, serta kemampuan memberikan solusi atas keluhan pelanggan merupakan aspek penting yang saat ini sangat dibutuhkan. Pelayanan yang unggul memberikan nilai lebih dan mampu membedakan Niceso dari pesaing ritel lainnya.

Niceso juga dapat melakukan survei kepuasan pelanggan secara rutin agar dapat mengetahui langsung penilaian konsumen terhadap pelayanan karyawan. Melibatkan pelanggan dalam memberikan masukan atas pelayanan yang diterima akan membantu meningkatkan loyalitas serta menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat antara konsumen dan merek Niceso. Selain itu, perusahaan disarankan untuk menambah jumlah karyawan wanita

agar konsumen, khususnya pelanggan perempuan, merasa lebih nyaman dan terlayani dengan baik.

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Niceso Kebumen. Perusahaan disarankan untuk menyesuaikan variasi produk dengan kebutuhan dan preferensi konsumen, seperti kelengkapan kategori produk, variasi ukuran, warna, maupun kualitas yang ditawarkan. Penyediaan produk yang beragam membuat konsumen merasa memiliki banyak pilihan sesuai gaya belanja mereka yang praktis, hemat waktu, dan fleksibel. Strategi ini dapat memperkuat citra Niceso sebagai toko ritel modern yang mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen dalam satu tempat.

Selain itu, Niceso dapat memanfaatkan media promosi, seperti katalog digital atau unggahan di media sosial, untuk menampilkan keberagaman produk yang tersedia. Hal ini tidak hanya menarik minat konsumen, tetapi juga membangun persepsi bahwa Niceso selalu menyediakan pilihan lengkap dan terbaru. Perusahaan juga dapat menciptakan komunitas pelanggan setia, misalnya melalui program keanggotaan atau diskon khusus, sehingga konsumen merasa lebih terikat dan bangga berbelanja di Niceso. Strategi ini tidak hanya memperluas pasar tetapi juga meningkatkan loyalitas

pelanggan melalui pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan penuh pilihan.

### 5.3.2 Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis merupakan rujukan bagi penelitian selanjutnya dimana implikasi dari teori memberi gambaran rujukan-rujukan yang dipengaruhi dalam penelitian ini, baik rujukan penelitian, masalah, model, hasil-hasil, dan penelitian terdahulu. Untuk lebih jelasnya implikasi teoritis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Niceso Kebumen. Berdasarkan hasil penelitian jawaban responden memberikan penilaian yang cenderung tinggi terhadap butir pernyataan pada variabel *store atmosphere*. Hal tersebut menjelaskan bahwa responden merasa puas berbelanja di Niceso didasari oleh *store atmosphere*. Hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa suasana toko (*store atmosphere*) menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Konsumen cenderung memilih toko dengan suasana belanja yang nyaman, bersih, pencahayaan yang baik, serta tata letak produk yang rapi karena hal tersebut mendukung pengalaman belanja yang positif. Hal ini menguatkan Store Atmosphere Theory

(Berman & Evans; Levy & Weitz) yang menyatakan bahwa perilaku konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh produk yang dibeli, tetapi juga oleh lingkungan fisik tempat berbelanja. Temuan ini mendukung pendekatan dalam teori pemasaran ritel, di mana suasana toko berperan sebagai indikator penting dalam membentuk persepsi, kepuasan, dan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menjadi kontribusi bagi pengembangan kerangka teoritis mengenai hubungan antara *store atmosphere* dan kepuasan pelanggan, serta memberikan arah bagi eksplorasi lebih lanjut mengenai strategi penciptaan *atmosfer* toko yang menarik dalam industri ritel modern

Definisi *store atmosphere* merupakan aspek penting yang perlu dihadirkan oleh bisnis ritel meliputi tata letak dan suasana toko, *store atmosphere* yang baik akan menimbulkan rasa kepuasan tersendiri bagi konsumen, karakteristik fisik toko yang dapat menunjukkan *image* (kesan) dan menarik konsumen (Efendi et al., 2023).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Syamsiyah (2021), hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan. Artinya *store atmosphere* mempunyai hubungan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan

hubungan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

## 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Niceso Kebumen. Berdasarkan dari hasil jawaban responden menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang cenderung tinggi terhadap butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan. Hal tersebut menjelaskan bahwa responden merasa puas berbelanja didasari oleh kualitas pelayanan. Hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Konsumen cenderung memilih dan kembali ke toko yang mampu memberikan pelayanan ramah, cepat, serta dapat dipercaya. Hal ini menguatkan Teori Servqual yang menyatakan bahwa perilaku konsumsi tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kualitas interaksi layanan yang mencakup dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Temuan ini mendukung pendekatan dalam teori pemasaran jasa, di mana kualitas pelayanan berperan sebagai indikator penting dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menjadi kontribusi bagi pengembangan

kerangka teoritis mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, serta memberikan arah untuk eksplorasi lebih lanjut mengenai peran pelayanan dalam meningkatkan daya saing ritel modern. Definisi kualitas pelayanan merupakan apabila hasil dari jasa yang digunakan sesuai dengan keinginan konsumen atau pelanggan (Bimaria et al., 2020).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferliana, et al.,2021), hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya kualitas pelayanan mempunyai hubungan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hubungan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

### 3. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Niceso Kebumen. Berdasarkan dari hasil jawaban responden menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang cenderung tinggi terhadap butir pernyataan pada variabel keragaman produk. Hal tersebut menjelaskan bahwa responden merasa puas berbelanja didasari oleh keragaman produk. Hal tersebut menjelaskan bahwa

responden merasa puas berbelanja di Niceso didasari oleh keragaman produk. Hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa keragaman produk menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Konsumen cenderung memilih toko yang mampu menyediakan pilihan produk beragam sesuai kebutuhan dan preferensi mereka, baik dari segi jenis, ukuran, warna, maupun kualitas. Hal ini menguatkan *Product Mix Theory* (Kotler & Keller) yang menyatakan bahwa perilaku konsumsi tidak hanya ditentukan oleh harga atau fungsi produk, tetapi juga oleh kelengkapan dan variasi pilihan yang tersedia. Temuan ini mendukung pendekatan dalam teori pemasaran ritel, di mana keragaman produk berperan sebagai indikator penting dalam menciptakan nilai bagi konsumen dan meningkatkan kepuasan. Penelitian ini menjadi kontribusi bagi pengembangan kerangka teoritis mengenai hubungan antara keragaman produk dan kepuasan pelanggan, serta memberikan arah bagi penelitian selanjutnya untuk mengeksplorasi strategi pengelolaan produk yang lebih efektif dalam industri ritel modern. Definisi keragaman produk merupakan proses perencanaan dan pengelolaan produk dari satu atau lebih kelompok produk yang ada di toko ritel. Kelompok produk dikategorikan lebih lanjut berdasarkan jenis dan tingkat variasi untuk membantu pengecer merencanakan variasi produk yang mereka butuhkan (Hapsari & Astuti, 2022).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Diantika (2022), hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan. Artinya keragaman produk mempunyai hubungan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hubungan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

