

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap tersebut dari permasalahan yang diangkat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Resto Atmosphere*, *Service Quality*, dan *Feel Experience* terhadap kepuasan pelanggan Momong Resto Kebumen, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Resto Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa suasana restoran di Momong Resto seperti kebersihan, pencahayaan, musik, aroma, serta tampilan visual memiliki peran penting dalam menciptakan kenyamanan pelanggan. Semakin baik suasana yang ditawarkan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Berdasarkan hasil dibuktikan dengan hasil penelitian bahwa peningkatan kualitas suasana restoran secara langsung akan meningkatkan kepuasan pelanggan di Momong Resto Kebumen.
2. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional menjadi faktor penting

dalam menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan. Berdasarkan hasil dibuktikan dengan hasil penelitian bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan di Momong Resto Kebumen.

3. *Feel Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengalaman emosional yang dirasakan pelanggan, seperti perasaan nyaman, senang, dan puas selama berada di restoran, berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan. Semakin baik pengalaman emosional yang diberikan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil dibuktikan dengan hasil penelitian bahwa semakin positif pengalaman emosional yang dirasakan pelanggan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan di Momong Resto Kebumen.
4. *Resto Atmosphere, Service Quality*, dan *Feel Experience* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, tetapi merupakan kombinasi dari suasana restoran, kualitas pelayanan, dan pengalaman emosional yang dirasakan pelanggan. Berdasarkan hasil dibuktikan dengan hasil penelitian

bahwa semakin baik penerapan *resto atmosphere*, *service quality*, dan *feel experience* secara bersama-sama, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan di Momong Resto Kebumen.

5.2. Keterbatasan

Peneliti menyadari jika dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *Resto Atmosphere*, *Service Quality*, dan *Feel Experience* terhadap kepuasan pelanggan Momong Resto Kebumen ini masih jauh dari kata sempurna. Hal ini terjadi karena adanya keterbatasan yang terjadi dalam penelitian dan tidak bisa untuk dihindarkan. Keterbatasan-keterbatasan yang mempengaruhi hasil penelitian ini antara lain:

1. Jumlah responden dalam penelitian ini terbatas dan hanya mencakup pelanggan Momong Resto Kebumen dengan kriteria tertentu, sehingga hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasikan untuk seluruh pelanggan restoran atau wilayah lain.
2. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner, sehingga jawaban responden bersifat subjektif dan bergantung pada persepsi masing-masing individu. Hal ini memungkinkan adanya bias dalam pengisian jawaban.

3. Penelitian dilakukan dalam jangka waktu tertentu, sehingga tidak dapat menangkap perubahan perilaku pelanggan dalam jangka panjang atau pada kondisi yang berbeda.
4. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu objek yaitu Momong Resto Kebumen, sehingga hasil penelitian bersifat spesifik dan tidak dapat secara langsung digeneralisasikan ke restoran lain dengan konsep atau karakteristik yang berbeda.

5.3. Implikasi

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

5.3.1. Implikasi Praktis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya maka ada beberapa implikasi praktis sesuai dengan prioritas yang dapat diberikan sebagai masukan bagi manajemen Momong Resto Kebumen yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Resto Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, peneliti menyarankan kepada pihak Momong Resto untuk terus meningkatkan desain lingkungan fisik dan non-fisik restoran yang positif bagi pelanggan agar tercipta kepuasan pelanggan yang maksimal dengan

memperhatikan elemen-elemen seperti kebersihan, pencahayaan, musik, aroma, serta tampilan visual memiliki peran penting dalam menciptakan kenyamanan pelanggan.

2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, peneliti menyarankan kepada pihak Momong Resto untuk terus mempertahankan sekaligus menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan agar tercipta kepuasan yang maksimal. Hal ini dapat dilakukan dengan menciptakan pelayanan yang nyaman meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Feel Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, peneliti menyarankan kepada pihak Momong Resto untuk terus mempertahankan sekaligus menciptakan pengalaman emosional yang positif bagi pelanggan agar tercipta

kepuasan yang lebih maksimal. Hal ini dapat diciptakan dengan perasaan nyaman, senang, dan puas selama berada di restoran, berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Resto Atmosphere*, *Service Quality*, dan *Feel Experience* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, peneliti menyarankan kepada pihak pengelola Momong Resto untuk terus meningkatkan desain lingkungan fisik dan non-fisik restoran sehingga dapat meninggalkan kesan mendalam bagi pelanggan agar tercipta kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Hal ini dapat dilakukan dengan kebersihan, pencahayaan, musik, aroma, tampilan visual, menciptakan pelayanan yang nyaman meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, memperkuat hubungan emosional dengan pelanggan melalui menciptakan perasaan nyaman, senang, sehingga pelanggan merasa puas selama di Momong Resto

5.3.2. Implikasi Teoritis

1. *Resto Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Mayasari & Saino (2015)

menunjukkan bahwa suasana restoran (*restaurant atmosphere*) punya pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Suasana restoran (*restaurant atmosphere*) adalah elemen krusial yang secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan. Ini adalah desain lingkungan fisik dan non-fisik restoran yang bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang positif dan mendorong perilaku yang diinginkan dari pengunjung. Tujuannya adalah untuk menarik pengunjung, memudahkan mereka menemukan yang dicari, membuat mereka betah, mendorong pembelian, memicu keputusan spontan, dan akhirnya, memberikan dampak positif pada kepuasan pelanggan secara keseluruhan (Firanda et al., 2025).

2. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini didukung oleh penelitian Juliana et al. (2019) menunjukkan bahwa kualitas layanan (*service quality*) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Service quality* berperan sebagai indikator utama yang saling melengkapi. Kualitas layanan juga merupakan prediktor positif kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik, seperti keramahan, kecepatan, dan ketepatan respons

staf, akan membuat pelanggan merasa dihargai. Konsumen yang puas dengan layanan ini cenderung akan terus berlangganan dan menjadi pelanggan setia restoran tersebut (Firanda et al., 2025).

3. *Feel Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang dimuat dalam jurnal *Feel Experience* dan *Think Experience Marketing Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening* (Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen, 2020), *feel experience* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat pengalaman emosional yang diberikan suatu merek, semakin besar pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan (Hidayati & Fatimah, 2017).