

**PENGARUH FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA CAFE SKY GARDEN WONOBOYO
DI BONDOWOSO**

Rasiful Hidayat

Rasifulhidayat123@gmail.com

Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Mohammad Yahya Arief

YahyaArief@unars.ac.id

Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Riska Ayu Pramesti

riska.ayu.pramesti@unars.ac.id

Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

ABSTRACT

The purpose of the study was to determine the effect of facilities on consumer satisfaction through purchasing decisions as an intervening variable at the Sky Garden Cafe Wonoboyo in Bondowoso. The sampling technique used in this study is probability sampling with a simple random sampling technique with the Slovin formula with a tolerable error rate of 10% as many as 98 people. Data analysis and hypothesis testing in this study used the Structural Equation Model - Partial Least Square (PLS-SEM)

The results of the direct influence hypothesis test using the Smart PLS 3.0 application, show that the facilities have a positive and significant effect on purchasing decisions, facilities have a positive and significant effect on consumer satisfaction, purchase decisions have a positive and significant effect on consumer satisfaction, facilities have a positive but not significant effect on consumer satisfaction through purchase decision

Keywords: Facilities, Consumer Satisfaction, Purchase Decision

1. PENDAHULUAN

Era globalisasi seperti saat ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin maju. Hal ini mendorong perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dan persaingan pasar semakin ketat. Manajemen pemasaran harus bisa menerapkan kebijakan serta strategi yang tepat untuk konsumen maupun pesaing dalam mempertahankan kelangsungan usahanya, maka setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen. Apabila perusahaan sudah menetapkan strategi pemasarannya khususnya dalam kebijakan harga maka konsumen akan mempelajari,

mencoba, dan menerima produk tersebut.

Kotler (2013:7) menyatakan bahwa "Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalam individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain". Perkembangan bisnis yang begitu pesat membuat kondisi persaingan semakin ketat. Konsumen dihadapkan pada berbagai jenis pilihan produk yang ditawarkan oleh setiap perusahaan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kotler dan Keller (2014:5), menyatakan bahwa “Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul”. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen. Karena konsumen dalam memilih barang dan jasa didasari motivasi yang nantinya mempengaruhi jenis dan barang dan jasa yang dibelinya.

Era pasar bebas dan globalisasi ekonomi persaingan dalam usaha dalam bidang pemasaran semakin ketat dan kompetitif. Demikian juga dengan bisnis ritel. Utami (2014:4) berpendapat “Bisnis ritel mengalami perkembangan yang cukup pesat, khususnya di Indonesia, hal ini ditandai dengan banyaknya bermunculan bisnis ritel tradisional yang mulai membenahi diri menjadi bisnis ritel modern, dan banyak bisnis ritel modern sendiri yang baru lahir”. Indonesia sebagai Negara dengan penduduk terbesar keempat merupakan daya tarik bagi pengusaha ritel. Usaha ritel merupakan bagian dari saluran distribusi yang memegang peran penting dalam rangkaian kegiatan pemasaran dan merupakan perantara dan penghubung antara kepentingan produsen dan konsumen.

Parasuraman (2015:32), berpendapat bahwa “Tersedianya fasilitas adalah secara fisik,

perlengkapan, sarana komunikasi dan lainnya harus ada dalam proses jasa”. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas dan yang disediakan rumah makan, maka konsumen akan semakin puas dan konsumen akan terus memilih rumah makan tersebut. Sedangkan pelayanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan ketrampilan karyawan dalam melayani pelanggannya

Fasilitas merupakan salah satu bagian yang cukup penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen, karena dalam proses minat beli konsumen tidak hanya menimbulkan minat beli konsumen terhadap barang yang ditawarkan tetapi juga memberikan respon terhadap lingkungan di sekitar tempat bisnis tersebut berdiri. Kotler (2013:45), mendefinisikan “Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal”. Fasilitas mempunyai hubungan yang erat terhadap keputusan pembelian konsumen. Apabila fasilitas yang tersedia sesuai dengan harapan konsumen serta melalui fasilitas tersebut konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri maka konsumen akan tertarik dan nyaman untuk membeli barang/jasa yang dibeli pada toko tersebut. Selain itu, harga juga dapat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli. Harga yang terjangkau akan membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa.

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk varians baru pada suatu produk. Proses pengambilan keputusan pembelian yang rumit seringkali melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan dalam pembelian. Tjiptono (2014:21) menyatakan bahwa “Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk tertentu dan mengevaluasi, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian”.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi keberlangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Menurut Rangkuti (2012:23), “Kepuasan konsumen merupakan respon

pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian”. Pemasaran merupakan salah satu sarana bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang atau jasa yang diinginkan konsumen dengan memberikan pelayanan yang menyenangkan dan fasilitas yang menunjang.

Cafe Sky Garden Wonoboyo Bondowoso berdiri pada tahun 2012 sangat penting bagi pemilik cafe untuk menjaga loyalitas untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan volume penjualan pada Cafe Sky Garden Wonoboyo Bondowoso. Meningkatkan kepuasan konsumen menjadi faktor penting bagi peritel untuk tetap dapat bertahan maupun unggul dalam persaingan yang ketat. Fasilitas sangatlah erat kaitannya dengan kepuasan konsumen dalam memutuskan pembelian. Banyak upaya yang telah dilakukan oleh pemilik Cafe Sky Garden Wonoboyo Bondowoso untuk meningkatkan dan menjaga kepuasan konsumen. Namun demikian pada kenyataannya masih ada konsumen yang belum puas dan melakukan pembelian ulang secara terus menerus, hal ini karena pemilik kurangnya membangun kesan yang baik dimata konsumen, dapat dilihat dari menu yang disediakan kosong ketika konsumen mesan, fasilitas cafe, atmosfer cafe, dari beberapa faktor tersebut di duga tidak sesuai dengan harapan konsumen. Selain itu

fasilitas Cafe *Sky Garden* Wonoboyo Bondowoso yang belum maksimal seperti penyedian lahan parkir yang luas untuk memudahkan konsumen, kemudahan akses menuju cafe dan lamanya pesanan ketika konsumen memesan menu makanan dan minuman yang disajikan, menu makanan yang sering kosong karena banyaknya stok barang yang konsumen butuhkan sudah habis. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengangkat judul yang dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Intervening* Pada Cafe *Sky Garden* Wonoboyo di Bondowoso”.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Fasilitas

Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Lupiyyaodi (2013:150) berpendapat “Fasilitas juga merupakan alat untuk membedakan program lembaga yang satu dari pesaing yang lainnya”. Menurut Sulastiyono (2016:11) Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para pekerja dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal”. Tjiptono (2014:46-48) Indikator yang perlu dipertimbangkan dalam penyediaan fasilitas dalam usaha jasa, yaitu “ :

- a. Perencanaan ruang.
- b. Perlengkapan atau perabotan.
- c. Tata cahaya dan warna
- d. Unsur pendukung

Keputusan Pembelian

Kotler (2013:184) menyatakan bahwa “Keputusan pembelian konsumen adalah Keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi”. Tjiptono (2014:19), mengemukakan bahwa “Keputusan pembelian konsumen adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif”. Schiffman, and Kanuk. (2011:48), Keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan atau lebih”. Pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika pengambilan keputusan. Setiap konsumen melakukan berbagai macam keputusan tentang pencarian, pembelian, penggunaan beragam produk dan merek pada setiap periode tertentu. Kotler (2013:222) menyatakan bahwa ada beberapa indikator dalam menentukan Keputusan pembelian, yaitu:

- a. Kemantapan pada sebuah produk
- b. Kebiasaan dalam membeli produk
- c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- d. Melakukan pembelian ulang

Kepuasan Konsumen

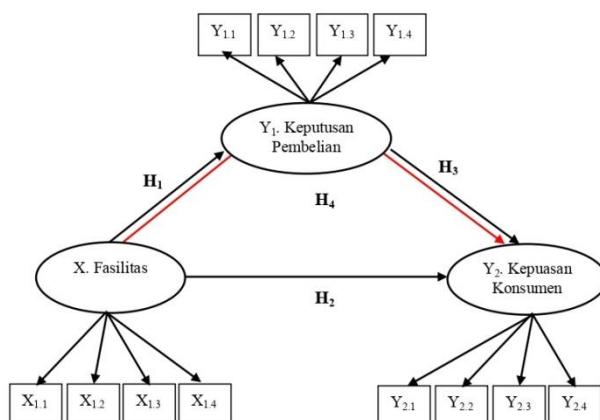
Kotler (2013:42) menjelaskan bahwa “Kepuasan konsumen adalah perasaan-perasaan senang dan kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”. Tjiptono (2014:311) menyatakan bahwa “Kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara

harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan". Menutut Lupiyoadi (2013:158) ada empat faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen yaitu:

- a. Kualitas Produk
- b. Kualitas Pelayanan;
- c. Emosional;
- d. Harga

Kerangka Konseptual

Sugiyono (2016:60) menyatakan bahwa "Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting". Kerangka konseptual teoritis yang akan diajukan dalam penelitian ini pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Hipotesis

- H₁ : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian
- H₂ : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen.
- H₃ : Keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen.
- H₄ : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen melalui Keputusan pembelian

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Sugiyono (2016:13) mengemukakan bahwa "Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan dengan atas dasar filsafat guna meneliti pada populasi maupun sampel". Metode penelitian kuantitatif digunakan guna mengetahui hubungan apakah memiliki hubungan yang saling mempengaruhi terhadap variabel

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Cafe Sky Garden Wonoboyo Bondowoso yang beralokasi di Jalan Raya Bondowoso, Krajan Timur, Wonoboyo, Kecamatan Klabang, Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur

68284. Waktu penelitian selama kurang lebih 3 bulan yaitu pada bulan Juni sampai dengan Agustus 2022..

Populasi dan Sampel

Menurut Arikunto (2013:173), "Populasi adalah keseluruhan objek penelitian". Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan pengambilan secara acak (*simple random sampling*). Sugiyono (2016:82) menyatakan bahwa "*Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel".. Penelitian ini jumlah populasi konsumen dengan batas kesalahan yang diinginkan adalah 10%. Jumlah ditentukan berdasarkan pada perhitungan dari rumus Slovin dengan tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 10% (Umar, 2013:146). Penggunaan teknik yang dipilih adalah teknik *simple random sampling* yaitu para konsumen Cafe Sky Garden Wonoboyo Bondowoso yang datang sebanyak 98 orang

Metode Analisis Data

Uji hipotesis penelitian persamaan struktural dianalisis melalui program Smart PLS 3.0 bertujuan guna mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menguji menggunakan analisis *bootstrapping* sehingga diperoleh hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat berpengaruh secara langsung.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Cafe Sky Garden Wonoboyo didirikan pada tahun 2018 di Bondowoso. Cafe Sky Garden Wonoboyo Bondowoso yang beralokasi di Jalan Raya Bondowoso, Krajan Timur, Wonoboyo, Kecamatan Klabang, Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur 68284.

Responden yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah para konsumen Cafe Sky Garden Wonoboyo Kabupaten Bondowoso yang dipilih berjumlah 98 konsumen.

Uji Validitas Konvergen

Berdasarkan Uji Validitas Konvergen menunjukkan bahwa nilai *outer loading* untuk masing-masing indikator dari variabel X dan Y yaitu lebih dari 0,7 dengan demikian dapat dinyatakan valid (angka berwarna hijau). Namun apabila angka *outer loading* berada dibawah 0,7 maka dinyatakan instrumen penelitian tidak valid (angka berwarna merah) dan nilai *Average Varian Extracted (AVE)* diatas 0,5 (angka berwarna hijau), maka tidak ada item yang dikeluarkan. Hasil dari pengujian menunjukkan seluruh item dari instrumen dinyatakan valid untuk uji validitas konvergen.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai semua variabel dalam pengujian reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* nilainya > 0.70 , Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel yang diujikan reliabel, sehingga dapat dilanjutkan untuk menguji model struktural

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas pada nilai *skewness* dan *kurtosis* berada pada rentang nilai -2,58 sampai 2,58 maka data terdistribusi normal. Hasil penelitian diartikan bahwa sebaran data seluruh indikator tersebut berdistribusi normal

Uji Multikolinieritas

Menunjukkan bahwa dari hasil aplikasi *Smart PLS* 3.0 dikatakan tidak terjadi pelanggaran asumsi klasik “Multikolinieritas” apabila nilai VIF (*Varians inflation factor*) $\leq 5,00$, namun apabila nilai VIF $> 5,00$, maka melanggar asumsi Multikolinieritas atau variabel bebas saling mempengaruhi (angka berwarna merah)

Uji Goodness Of Fit (GOF)

Uji *Goodness of Fit* (GOF) diketahui bahwa besarnya SRMR sebesar 0,09, *Chi-Square* sebesar 122,274 dan NFI sebesar 0,681 telah memenuhi kriteria yang diharapkan. Selain itu, tingkat probalitas dari model tersebut signifikan sebesar

0,681 ($p \geq 0.05$) sehingga model yang dianalisis telah memenuhi kriteria model yang baik / sesuai.

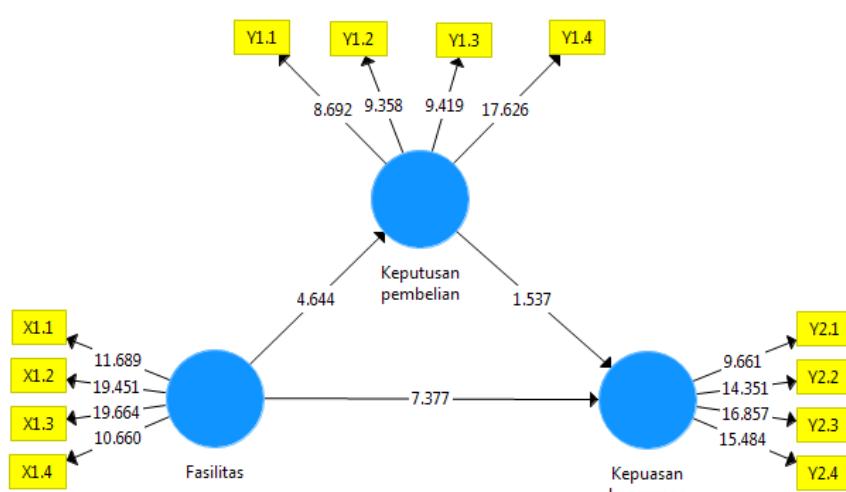
Uji Koefisien Determinasi

- Variabel Fasilitas (X) mempengaruhi Keputusan pembelian (Y_1) sebesar 0,143 (14,3%) artinya mempunyai pengaruh rendah sedangkan sisanya 85,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.
- Variabel Fasilitas (X) mempengaruhi Kepuasan konsumen (Y_2) sebesar 0,348 (34,8%) artinya mempunyai pengaruh cukup tinggi sedangkan sisanya 65,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini

Analisis Persamaan Struktural

(inner model)

Hasil analisis penelitian dengan menggunakan analisis *Smart PLS* (*partial least square*) tersebut selanjutnya dibuat persamaan struktural sebagai berikut :



Gambar 2. Hasil Uji Model Struktural dengan Aplikasi Smart PLS

Pembahasan

1. Fasilitas Terhadap Kepuasan konsumen

Fasilitas (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y_1). Hasil uji hipotesis pertama dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,378) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0,000 ($< 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Fasilitas (X_1) tidak berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen (Y_1), dengan demikian **hipotesis ke 1 diterima**. Hasil ini mengindikasikan bahwa fasilitas merupakan salah satu sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Dalam usaha yang bergerak di bidang jasa, fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Secara umum menunjukkan bahwa fasilitas merupakan faktor yang penting agar diperoleh tingkat kepuasan konsumen yang tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nissa (2019) menyatakan bahwa Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah Ponorogo.

2. Fasilitas Terhadap Keputusan pembelian

Fasilitas (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y_2). Hasil uji hipotesis ketiga dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,502) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0,000

($< 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Fasilitas (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y_2) dengan demikian **hipotesis ke 2 diterima**. Hasil ini mengindikasikan bahwa penyediaan perlengkapan perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada penggunanya sehingga kebutuhan-kebutuhan dari pengguna fasilitas tersebut dapat terpenuhi. Fasilitas merupakan alat penunjang untuk kelangsungan bisnis suatu perusahaan. Semakin baik fasilitas yang disediakan oleh pengelola maka akan meningkatkan keputusan menggunakan konsumen. Sebaliknya jika fasilitas yang disediakan buruk maka keputusan menggunakan konsumen akan menurun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif signifikan. Artinya fasilitas yang digunakan dapat meningkatkan keputusan menggunakan. Hal ini sesuai dengan kenyataan lapangan menunjukkan bahwa keputusan seorang menggunakan dipengaruhi oleh fasilitas yang ada maupun fasilitas yang baru, sehingga keputusan menggunakan jasa akan meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Imalia (2020) menyatakan bahwa Fasilitas berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

3. Keputusan pembelian Terhadap Kepuasan konsumen

Keputusan pembelian (Y_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y_2). Hasil uji hipotesis kelima dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu

positif (0,174) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0,018 ($< 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Keputusan pembelian (Y_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y_2), dengan demikian **hipotesis ke 3 diterima**. Hasil ini mengindikasikan bahwa para konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Cafe *Sky Garden* Wonoboyo mulai dari karyawan yang ramah, pemilik yang cekatan, kemudian didukung dengan fasilitas yang memadai membuat konsumen merasa nyaman saat membeli, ada pula faktor harga yang menunjang kepuasan konsumen saat berkunjung di Cafe *Sky Garden* Wonoboyo. Hal tersebut yang membuat konsumen memutuskan untuk berkunjung kembali di Cafe *Sky Garden* Wonoboyo. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Diaty (2018) yang menyatakan bahwa keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

4. Fasilitas Terhadap Keputusan pembelian Melalui Kepuasan konsumen

Hasil uji hipotesis keenam dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,049) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0,155 ($> 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Fasilitas (X_1) secara signifikan tidak mempengaruhi Kepuasan konsumen (Y_2) melalui Keputusan pembelian (Y_1), dengan demikian hipotesis ke 4 ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwa biarpun konsumen tidak puas terhadap fasilitas yang ada di Cafe *Sky Garden* Wonoboyo, konsumen tetap memutuskan untuk membeli produk di Cafe *Sky Garden*

Wonoboyo dikarenakan fasilitas yang ada di Cafe *Sky Garden* Wonoboyo lengkap dibandingkan dengan toko yang ada disekitarnya. Adanya fasilitas yang baik, maka keputusan konsumen untuk menggunakan kembali jasa yang pernah digunakannya akan tumbuh, begitu juga dengan sebaliknya. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Diaty (2018) yang menyatakan bahwa Fasilitas berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (H_1 diterima).
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen (H_2 diterima).
3. Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen (H_3 diterima).
4. Fasilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan konsumen melalui Keputusan pembelian (H_4 ditolak).

Berdasarkan hasil analisa, pembahasan dan kesimpulan di atas beberapa saran yang dapat di ajukan sebagai berikut :

1. Bagi Cafe *Sky Garden* Wonoboyo

a. Fasilitas melalui unsur pendukung mendapatkan penilaian paling rendah, maka diharapkan keberadaan fasilitas pendukung bisa memenuhi fasilitas yang ada terutama keamanan bagi pelanggan yang berkunjung

b. Keputusan pembelian melalui kemampuan pada sebuah produk mendapatkan penilaian paling rendah, maka diharapkan pihak *Cafe Sky Garden* Wonoboyo agar menyediakan produk yang berkualitas agar bisa membangun kepercayaan konsumen sehingga konsumen bisa memutuskan untuk berkunjung lagi ke *Cafe Sky Garden* Wonoboyo.

c. Kepuasan konsumen melalui kualitas produk mendapatkan penilaian paling rendah, maka diharapkan pihak *Cafe Sky Garden* Wonoboyo melakukan evaluasi terhadap produk yang tawarkan kepada konsumen berkualitas.

2. Bagi Universitas Abdurachman saleh Situbondo

Hasil penelitian ini untuk menambah pengetahuan khususnya tentang manajemen pemasaran sebagai bahan kajian dan dijadikan refrensi mengenai fasilitas, Kepuasan konsumen dan Keputusan pembelian.

3. Bagi Peneliti Lainnya

Hasil penelitian ini bagi peneliti lain hendaknya dapat menjadi bahan masukan untuk pengembangan model-model penelitian terbaru yang berkaitan dengan manajemen pemasaran serta sesuai dengan kebutuhan keilmuan saat ini dan sebaiknya disarankan untuk menambahkan jumlah sampel dan periode penelitian yang lebih panjang agar mendapatkan hasil yang signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. 2013. *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta.

Diaty, E.I.A.S. 2018. "Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Perumahan Pondok Permata Suci Gresik". Diterbitkan. Skripsi. Gresik: Universitas Muhammadiyah

Imalia, I. 2020 "Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Rumah di Grand Nusa Indah Blok J, Cileungsi Pada PT. Kentanix Supra Internasional)". Diterbitkan. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Kotler, P. 2013. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Jakarta, Prehallindo

Kotler, P. dan Keller, K.L. 2014, *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga

Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta:Salemba Empat

Nissa, A.F. 2019. "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BRI Syariah Ponorogo". Diterbitkan. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Parasuraman, A. 2015. *Delivering Quality Service*. New York: The Free Press.

Rangkuti, F. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis & Investasi*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sulastiyono, A. 2016. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. 2014, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta

Utami, C. W. 2014. *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.