

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tindakan pembelian berulang terhadap brand yang sama sebagai bentuk minat konsumen, umumnya dipengaruhi oleh berbagai hal. Melalui penelitian ini, didapatkan hasil temuan, di antaranya:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Peningkatan kualitas produk Janji Jiwa sejalan dengan meningkatnya kepuasan, mengingat kontribusi pengaruhnya yang besar, ini membuat kualitas produk dapat menjadi faktor mendasar dalam menciptakan kepuasan.

2. Suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Atmosfer toko yang nyaman dapat memainkan peran untuk membentuk kepuasan, walaupun pengaruhnya tidak sebesar kualitas produk, namun suasana yang nyaman dan menyenangkan dapat memberikan dukungan perasaan positif saat berada di Janji Jiwa.

3. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kepuasan tidak hanya sekedar perasaan sesaat, melainkan dapat menjadi pendorong konsumen untuk membeli di lain hari. Oleh karena itu, perasaan puas konsumen harus selalu dijaga.

4. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Konsumen akan memiliki minat untuk membeli ulang suatu produk jika mereka merasa bahwa kualitasnya sesuai dengan harapan atau bahkan melampauinya. Maka dari itu, menjaga atau bahkan meningkatkan kualitas produk menjadi suatu hal yang penting.

5. Suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kehadiran suasana yang memberikan kenyamanan di toko menjadi penunjang penting, mengingat suasana yang memenuhi ekspektasi dari konsumennya, akan membuat keinginan untuk membeli ulang juga ikut meningkat.

6. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang yang dimediasi kepuasan konsumen.

Berdasarkan original sampelnya, kepuasan konsumen terbukti berperan sebagai mediasi yang memperkuat pengaruh dalam hipotesis ini. Hal ini, memberikan gambaran pentingnya strategi peningkatan minat untuk membeli ulang yang tidak semata-mata berfokus pada kualitas dari suatu produk, namun juga memastikan bahwa kualitas tersebut mampu menciptakan pengalaman yang memuaskan untuk konsumen sehingga mereka dapat memiliki keinginan untuk mengulangi pembeliannya.

7. Suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang yang dimediasi kepuasan konsumen.

Berdasarkan original sampelnya, kepuasan konsumen terbukti berperan sebagai mediasi yang sedikit memperlemah pengaruh dalam hipotesis ini. Dengan demikian, suasana yang nyaman serta menyenangkan sudah cukup menciptakan keinginan mereka untuk membeli ulang sehingga peran kepuasan menjadi tidak terlalu dominan.

5.2 Saran

1. Saran Bagi Perusahaan

Hasil studi ini memperlihatkan *original sample* suasana toko terhadap minat beli ulang, baik secara langsung atau melalui kepuasan memiliki *original sample* terendah dibandingkan pengaruh yang lain sehingga ini menunjukkan perlu adanya peningkatan pada suasana toko di Janji Jiwa. Janji Jiwa harus mengambil langkah yang proaktif agar dapat meningkatkan suasana toko seperti melakukan pemilihan musik yang lebih sesuai, misalkan pada pagi hari musiknya lebih ceria, sedangkan musiknya lebih tenang di sore hari. Namun, genre musik tetap disesuaikan dengan target konsumennya yang mayoritasnya adalah remaja. Lalu,

mempertahankan pencahayaan yang nyaman dan jelas serta aroma kopi yang khas ataupun menggugah selera. Selain itu, warna toko juga harus selalu dipastikan sesuai dengan identitas merek, disama ratakan untuk semua toko serta menciptakan kesan positif. Dengan demikian, perlu selalu dilakukan evaluasi rutin terhadap kenyamanan suasana toko, ini juga dapat dilakukan melalui survei yang ditempatkan di meja agar konsumen dapat menyampaikan pengalamannya secara langsung. Disisi lain, kualitas dari produknya juga harus tetap dijaga dan ditingkatkan secara berkala. Hal ini penting untuk mempertahankan kepuasan konsumen dalam jangka panjang, sekaligus memperkuat minat beli ulang konsumen.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Sejumlah saran berikut ini bisa dijadikan acuan untuk studi di masa mendatang:

- a. Memberi variabel tambahan diluar model penelitian ini seperti harga, kualitas layanan, *brand image*, atau lainnya. Dengan demikian, dapat berpotensi memperoleh temuan yang lebih beragam dan mengetahui pengaruh mana yang paling dominan. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan nilai kegunaan dari penelitian yang dilakukan.
- b. Peneliti selanjutnya sebaiknya memperluas cakupan responden seperti melakukan penelitian diluar Kota Tangerang Selatan serta mencakup responden dengan kelompok usia dan pekerjaan yang berbeda agar hasilnya dapat menggambarkan perilaku konsumen dari berbagai kelompok. Hal tersebut menjadi penting dikarenakan minat beli ulang konsumen dapat berbeda-beda tergantung pada usia, pekerjaan, ataupun pengalaman mereka.