

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Bab ini akan menguraikan kesimpulan, yang berhubungan dengan hasil yang diperoleh dari penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Brand Image* dan *Store Atmosphere* terhadap *Repurchase Intention* Ayam Asix cabang Galaxy Bekasi. Berdasarkan hasil dari analisis pembahasan yang dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Peneliti telah menyimpulkan bahwa hasil dari penelitian *Brand Image* berhubungan positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *Repurchase Intention* Ayam Asix cabang Galaxy Bekasi. Karena dengan adanya *Brand Image* yang kuat maka konsumen akan semakin percaya terhadap produk tersebut untuk terus membeli Ayam Asix cabang Galaxy sehingga konsumen melakukan *Repurchase Intention*.
2. Peneliti telah menyimpulkan bahwa hasil dari penelitian *Store Atmosphere* berhubungan positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *Repurchase Intention* Ayam Asix cabang Galaxy. Karena suasana dalam Restoran membuat konsumen merasa nyaman sehingga konsumen sehingga konsumen melakukan *Repurchase Intention*.
3. Peneliti telah menyimpulkan bahwa hasil dari penelitian *Brand Image* dan *Store Atmosphere* berhubungan positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *Repurchase Intention* Ayam Asix cabang Galaxy Bekasi. Karena konsumen merasakan pengalaman yang telah didapatkan dalam membeli Ayam Asix cabang Galaxy Bekasi sesuai dengan *Brand Image* yang ada serta konsumen juga merasa nyaman dengan *Store Atmosphere* pada Ayam Asix cabang Galaxy Bekasi dengan demikian konsumen merasa bahwa terdapat pengaruh dari *Brand Image* dan *Store Atmosphere* dalam penelitian *Repurchase Intention* Ayam Asix cabang Galaxy Bekasi.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan penjelasan dan kesimpulan yang telah diuraikan menyatakan kedua *variable Independen* yaitu *Brand Image* dan *Store Atmosphere* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *variable dependen* yaitu *Repurchase Intention* secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian ini diharapkan mampu berimplikasi terhadap Ayam Asix cabang Galaxy Bekasi khususnya, dan dapat memberikan berbagai manfaat bagi pihak-pihak yang terkait.

Saran yang dapat diberikan terkait dengan hasil penelitian ini antara lain :

1. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* Ayam Asix cabang Galaxy Bekasi. Tetapi hendaknya memperluas jaringan pemasaran agar masyarakat lebih mengetahui *brand image* bahwa Ayam Asix dimiliki oleh Anang dan Ashanty karena beberapa masyarakat masih ada yang belum mengetahui dan belum tertarik terhadap Ayam Asix sehingga masih percaya dengan produk Kompetitor.
2. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* Ayam Asix cabang Galaxy Bekasi. Hendaknya *Store Atmosphere* lebih ditingkatkan lagi dalam segi pencahayaan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen.
3. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa *Brand Image* dan *Store Atmosphere* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* Ayam Asix cabang Galaxy Bekasi. Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan agar menggunakan variabel lain seperti Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk yang tidak disertakan pada penelitian ini agar dapat mengetahui faktor yang lain yang dapat mempengaruhi *Repurchase Intention*/