

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Mendasari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diteliti oleh penelitian analisis terkait *Store Atmosphere* sebagai variable X1, Gaya Hidup sebagai variable X2, *Emotional marketing* sebagai variable X3, variable *Repurchase Decision* sebagai variable Y, dan Kepuasan Pelanggan sebagai variable intervening. Sehingga dapat disimpulkan:

1. Berdasarkan hasil penelitian terdapat bahwa *Store Atmosphere* tidak memiliki pengaruh terhadap *Repurchase Decision* Pada Kedai Kopi Kaizen Heritage 6.0 Summarecon Bekasi. *Store atmosphere* yang menarik akan menciptakan Keputusan pembelian ulang
2. Berdasarkan hasil penelitian terdapat bahwa Gaya Hidup memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap *Repurchase Decision* Pada Kedai Kopi Kaizen Heritage 6.0 Summarecon Bekasi. Kedai Kopi Kaizen Heritage 6.0 Summarecon Bekasi mampu memberikan pengalaman berbeda dengan menerapkan suasana eksklusif dan pelayanan khusus untuk dapat memenuhi Gaya hidup pelanggan, ditunjukkan dengan bagaimana Kaizen Heritage 6.0 Summarecon Bekasi menghadirkan layanan Live Music dan Social Space selama 24 Jam diperuntukkan bagi para pelanggan yang membutuhkan afirmasi untuk menunjang gaya hidup saat mendatangi gerai tersebut.
3. *Emotional marketing* tidak memiliki pengaruh terhadap *Repurchase Decision* Pada Kedai Kopi Kaizen Heritage 6.0 Summarecon Bekasi. Dikarenakan

kurangnya interaksi terhadap pelanggan menjadikan pengalaman pelanggan tidak dapat memberikan preferensi minuman ataupun makanan yang diinginkan.

4. Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap *Repurchase Decision* Pada Kedai Kopi Kaizen Heritage 6.0 Summarecon Bekasi. Dengan adanya harga *Price to Value* yang ditawarkan oleh Kedai Kopi Kaizen Heritage 6.0 Summarecon Bekasi menjadikan poin signifikan pelanggan mempertimbangkan untuk melakukan *Repurchase Decision* Bekasi dapat menarik para pelanggan untuk melakukan *Repurchase Decision*.
5. *Store Atmosphere* memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Kaizen Heritage 6.0 Summarecon Bekasi. Ditunjukkan dari area kedai yang begitu luas dan dapat menampung para pelanggan untuk menikmati suasana Kedai Kopi Kaizen Heritage 6.0 Summarecon Bekasi.
6. Gaya Hidup memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Kopi Kaizen Heritage 6.0 Summarecon Bekasi. Dengan disediakan beberapa fasilitas yang diperuntukkan kepada pelanggan menjadikan Kedai Kopi Kaizen Heritage 6.0 Summarecon Bekasi menjadi pilihan yang tepat untuk menunjang gaya hidup.
7. *Emotional marketing* tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Kopi Kaizen Heritage 6.0 Summarecon Bekasi. Tentunya ini dapat dilihat dari bagaimana dalam lingkup interaksi antara karyawan dengan pelanggan tidak begitu diunggulkan dalam *Positioning* Kedai Kopi Kaizen

Heritage 6.0 Summarecon Bekasi menjadikan faktor *Emotional Marketing* tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

8. Kepuasan Pelanggan dapat memediasi secara penuh *Store Atmosphere* terhadap *Repurchase Decision* Pada Kedai Kopi Kaizen Heritage 6.0 Summarecon Bekasi. Dilihat dalam bagaimana fasilitas yang disediakan selaras dengan kebutuhan pelanggan menjadikan faktor tersebut mempengaruhi *Repurchase Decision*
9. Kepuasan Pelanggan dapat memediasi secara penuh Gaya Hidup terhadap *Repurchase Decision* Pada Kedai Kopi Kaizen Heritage 6.0 Summarecon Bekasi. Dengan keadaan gerai yang eksklusif memberikan suasana dan segmen pelanggan sesuai dengan gaya hidup mereka.
10. Kepuasan Pelanggan tidak dapat memediasi *Emotional marketing* terhadap *Repurchase Decision* Pada Kedai Kopi Kaizen Heritage 6.0 Summarecon Bekasi. Kurangnya interaksi yang personal menyebabkan kurangnya efektifitas dan ketidaksesuaian *Emotional Marketing* yang tepat untuk diterapkan pada Kedai Kopi Kaizen Heritage 6.0 Summarecon Bekasi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan pada penelitian ini yaitu:

1. Pihak Kedai Kopi Kaizen Heritage yang *slow respon* sehingga peneliti minim mendapatkan informasi.
2. Kurangnya pemahaman responden terhadap pengisian kuesioner yang menyebabkan pengisian angket kuesioner tidak merata.

3. Adanya kendala pada saat pengolahan data, yaitu seperti data yang tidak valid dan tidak normal yang menjadikan peneliti harus menyebar ulang kuesioner kepada responden.
4. Penelitian ini hanya mengkaji variabel *Store Atmosphere*, *Gaya Hidup*, *Emotional marketing*, *Repurchase Decision*, dan *Kepuasan Pelanggan*.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian Adapun saran yang disampaikan peneliti, sebagai berikut:

1. Untuk Kedai Kopi Kaizen Heritage 6.0 Summarecon Bekasi:
 - a. Meningkatkan layanan customer service tidak hanya untuk *reservasi*.
 - b. Meningkatkan motivasi karyawan agar lebih interaktif terhadap pelanggan
 - c. Meningkatkan suasana toko agar pelanggan memiliki pengalaman yang terkesan.
2. Untuk Peneliti Selanjutnya:
 - a. Untuk peneliti selanjutnya di.sarankan untuk mengambil sample yang lebih dari segi jumlah agar data yang diperoleh akurat dan lebih baik.
 - b. Melakukan penelitian yang continous, hal ini dapat terlihat dan ternilai setiap perubahannya waktu, situasi, dan kondisi dari responden.
 - c. Sangat diharapkan adanya variable lainnya yang mungkin memengaruhi banyak hal dalam penelitian ini.