

## BAB V PENUTUP

### 1.1 Kesimpulan

Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Social environment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada *outlet* minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi. Berdasarkan data responden yang diolah jadi dapat di simpulkan bahwa *social environment* dari suatu usaha akan mempengaruhi *customer satisfaction*. Jika layanan karyawan yang dirasakan oleh individu baik, maka akan memberikan suasana hati yang baik pula bagi individu sehingga akan meningkatkan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan pada *outlet* minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi.
2. *Perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* yang berkunjung ke *outlet* Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi. Berdasarkan data yang di olah dapat di simpulkan bahwa *perceived value* mampu memberi pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, hipotesis ini di terima dari hasil pengujian hipotesis yang di lakukan. Nilai yang dirasakan akan mempengaruhi kepuasan konsumen, karena sudut pandang atau penilaian seseorang terhadap suatu produk akan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. *Social environment* berpengaruh terhadap *repurchase intention*. Berdasarkan data yang diolah dapat di simpulkan bahwasanya *social environment* yang baik dapat mempengaruhi *repurchase intention*. Semakin bagus lingkungan sosial yang dirasakan oleh individu 1 86 n semakin meningkatkan peml kembali

oleh konsumen terhadap *outlet* minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi.

4. *Perceived value* berpengaruh terhadap *repurchase intention* secara positif dan signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa jika nilai yang dirasakan oleh seorang individu tersebut baik maka individu tentu akan memutuskan untuk melakukan pembelian ulang minuman di *outlet* Lup-Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi.
5. *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* konsumen *otlet* Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan yang dirasakan konsumen akan berdampak pada niat membeli kembali produk yang sama. Sehingga semakin konsumen merasakan kepuasan terhadap produk maka akan semakin meningkatkan pembelian kembali oleh konsumen terhadap produk di *otlet* Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi.

## 5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Temuan dalam penemuan ini mempunyai beberapa implikasi penting yaitu sebagai berikut :

### 1. Pada Variabel *Social Environment*

Dengan adanya penilaian *social environment* yang meliputi kondisi, keadaan dan interaksi manusia yang mencakup kehidupan manusia. Maka konsumen akan semakin tertarik untuk mengunjungi usaha yang ada. Seperti *outlet* minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi. Jika menyediakan lingkungan social yang nyaman maka ini akan sangat berpengaruh terhadap konsumen. Karena kondisi yang di ciptakan akan mampu membentuk emosional seseorang yang tentunya akan berdampak

terhadap kepuasan konsumen dan niat untuk kembali mengkonsumsi produk yang sama.

Pemilik *outlet* minuman Lup Lup di Kota Bukittinggi di sarankan agar lebih memperhatikan lingkungan sosial yang mampu menciptakan kenyamanan bagi konsumen maupun pelanggan Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi. Karena individu perlu memiliki interaksi yang efektif dengan lingkungannya supaya bertahan dan terus hidup. Dan sebaiknya setiap *outlet* Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi agar menyediakan kotak saran bagi konsumen, sehingga bisa menjadi sebagai tolak ukur bagi pemilik *outlet* dan mengetahui bagaimana pendapat konsumen terhadap *outlet* tersebut.

Dengan memperhatikan lingkungan sosial tersebut tentunya hal ini akan bermanfaat bagi pemilik *outlet* minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi. Agar pengunjung merasa puas dan nyaman sehingga mau membeli lagi produk dari *outlet* minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi dalam meningkatkan penjualan.

## **2. Pada Variabel *Perceived Value***

*Perceived value* merupakan sebagai sudut pandang pelanggan tentang uang, kualitas, manfaat dan psikologi sosial. Dengan adanya *perceived value*, konsumen yang berkunjung ke *outlet* minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi akan menghasilkan kepuasan konsumen dan akan memiliki niat untuk melakukan pembelian kembali terhadap produk tersebut. Konsumen merasakan produk tersebut



memiliki kualitas yang bagus dan sebanding dengan harga yang di bayarkan untuk mendapatkan produk tersebut. Dengan adanya *perceived value* yang bagus tentu ini akan meningkatkan penjualan pada *outlet* minuman Lup Lup Bubble Drink yang ada di kota Bukittinggi karena *perceived value* yang dirasakan baik akan menimbulkan kepuasan pada individu dan niat untuk melakukan pembelian kembali. Untuk mencapai itu semua tentunya pemilik *outlet* minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi lebih meningkatkan *preiceved value* yang baik. Seperti terus memberikan produk yang berkualitas dengan harga yang pas tentunya manfaat yang tak kalah dari produk pesaing. Serta terus menciptakan inovasi varian rasa minuman maupun varian toppingnya agar terus meningkatkan penjualan.

### **3. Pada Variabel *Customer Satisfaction***

Dengan adanya kepuasan yang dirasakan konsumen saat menukarkan suatu produk dengan uang atau saat mengonsumsi suatu produk, maka akan berdampak terhadap niat perilaku untuk kembali. Untuk meningkatkan kepuasan yang dirasakan konsumen banyak hal yang dapat menunjang hal tersebut dengan cara membuat hal yang dapat menarik konsumen serta membuat konsumen dapat merasakan *social environment* yang baik dan bermanfaat yang akan menciptakan *perceived value* pada saat membeli suatu produk. Hal ini bermanfaat agar tercapainya target penjualan, dan tumbuhnya kepuasan dari konsumen sehingga menimbulkan niat untuk kembali mengonsumsi minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi. Seperti menyediakan layanan *delivery* sehingga konsumen yang tidak mempunyai waktu luang pergi ke *outlet* tetap bisa menikmati minuman Lup Lup Bubble Drink dengan menggunakan layanan *delivery* yang juga bisa meningkatkan kepuasan konsumen dengan pelayanan yang diberikan.

#### 4. Pada Variabel *Repurchase Intention*

Implikasi yang bermanfaat bagi pemilik *outlet* minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi pada *repurchase intention* harus senantiasa meningkatkan segala aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen untuk membeli kembali produk yang sama. Selain itu konsumen juga mempunyai penilaian yang positif terhadap produk yang di jual. Dengan memperhatikan pengaruh *social environment* dan *perceived value* yang di rasakan oleh konsumen. Sebaiknya pemilik *outlet* minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi memberikan satu kupon gratis bagi pelanggan yang sudah melakukan pembelian produk sebanyak 10 kali, sehingga bisa meningkatkan pembelian ulang oleh konsumen.

#### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari kesalahan, keterbatasan dan kelemahan. Disisi lain keterbatasan dan kelemahan mampu menjadi sumber bagi penelitian di masa yang akan datang. Ada pun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Penelitian hanya dilakukan pada *outlet* minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi sehingga hasil penelitian hanya bisa diterapkan pada usaha *franchise* minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi saja, bila ruang lingkup penelitian diperbesar hingga mencapai wilayah Sumatera Barat, maka hasil penelitian lebih besar implikasinya.
2. Pada penelitian ini, peneliti hanya mengkaji pengaruh *social environment*, *perceived value* dan *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention* pada konsumen *outlet* minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi. Dan dalam penelitian ini fokusnya hanya pada satu objek minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi.



3. Data atau informasi mengenai *outlet* minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi hanya mendapatkan informasi dari pengunjung saja, adapun data sekunder hanya secara umum. Jika pengumpulan informasi atau data dapat dilakukan secara langsung kepada pihak pengelola maka akan mendapatkan informasi yang lebih banyak.

4. Penelitian ini hanya meneliti tiga variabel yang mampu mempengaruhi *repurchase intention*. Banyak variabel lain diluar penelitian ini yang mampu mempengaruhi *repurchase intention*.

#### 5.4 Saran

Hasil dari penelitian ini dan keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan agar dijadikan sumber ide dan masukan bagi pengembangan penelitian dimasa yang akan datang, maka perluasan yang dirasakan dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi pihak pengelola usaha *franchise* minuman Lup Lup Bubble drink di Kota Bukittinggi
  - a. Dalam menumbuhkan minat konsumen untuk mau melakukan pembelian ulang produk minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi, pemilik *outlet* ini harus benar-benar memperhatikan *social environment*, *perceived value* serta *customer satisfaction* yang didapatkan pada saat melakukan pembelian.
2. Bagi peneliti yang akan datang
  - a. Penelitian ini menggunakan responden dengan skala kecil yaitu sebanyak 190 responden pada konsumen minuman Lup Lup Bubble Drink di Kota Bukittinggi. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan skala responden yang lebih luas, sehingga bisa mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

b. Diharapkan penelitian yang akan datang mendapatkan informasi dari pihak pengelola yang terkait, atau data internal. Maka akan mendapatkan informasi yang tidak satu arah dari pengunjung saja.

c. Penambahan ruang lingkup penelitian yaitu *outlet* minuman Lup Lup Bubble Drink se-Sumatera Barat. Penelitian dengan variabel yang sama dapat dilakukan dibidang lain yaitu untuk *franchise* makanan dan minuman yang ada di Kota Bukittinggi dan Kabupaten Agam.

