

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Store image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* di SJS Plaza. Artinya semakin tinggi *store image* maka semakin tinggi pula *customer satisfaction*. Sebaliknya semakin rendah *store image* maka semakin rendah pula *customer satisfaction*.
2. *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* di SJS Plaza. Artinya semakin tinggi *customer satisfaction* maka semakin tinggi *repurchase intention*. Sebaliknya semakin rendah *customer satisfaction* maka semakin rendah *repurchase intention*.
3. *Store image* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *repurchase intention* di SJS Plaza tetapi akan berpengaruh signifikan apabila *customer satisfaction* memediasi antara *store image* dengan *repurchase intention*.



5.2 Implikasi Penelitian

Implikasi manajerial penelitian terdiri dari:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* SJS Plaza. *Store image* SJS Plaza yang tinggi mengakibatkan meningkatnya *customer satisfaction*. Berdasarkan hal tersebut, dapat menjadi acuan bagi pihak manajemen SJS Plaza untuk

mempertahankan bahkan meningkatkan *store image* untuk memenuhi keinginan-keinginan konsumen yang berubah-ubah setiap waktu.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* di SJS Plaza. *Customer satisfaction* yang tinggi cenderung akan menimbulkan pembelian ulang di masa yang akan datang. Untuk bertahan di pasar sebuah perusahaan harus mampu memenuhi setiap keinginan-keinginan pelanggan. Dengan demikian pelanggan yang puas akan menjadi loyal pada perusahaan bahkan akan menyebarkan informasi yang baik kepada orang lain, yang pada akhirnya akan meningkatkan volume penjualan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store image* berpengaruh positif dan signifikan apabila *customer satisfaction* memediasi antara *store image* terhadap *repurchase intention* di SJS Plaza. *Store image* yang telah diciptakan untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian kembali harus dapat memenuhi setiap keinginan konsumen agar tercapainya kepuasan. Kepuasan pelanggan akan menambah profit perusahaan karena pelanggan yang puas cenderung akan melakukan pembelian kembali.



5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Keterbatasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan pada pelanggan SJS Plaza. Oleh karena itu penelitian selanjutnya dilakukan pada toko modern lain.
2. Penelitian yang dilakukan hanya menggunakan metode analisis data dengan PLS. Oleh karena itu penelitian selanjutnya menggunakan metode analisis lainnya seperti LISREL, AMOS, dan sebagainya.

3. Penelitian yang dilakukan hanya menguji pengaruh variabel *store image*, dan customer *satisfaction* terhadap *repurchase intention*. Oleh karena itu penelitian selanjutnya menguji variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap *repurchase intention*.

