

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis dan melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang pada Toserba Jadi Baru Kebumen, maka dapat disimpulkan:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *customer experience* berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Toserba Jadi Baru Kebumen. Hal ini berarti, pengalaman konsumen menjadi hal yang dapat mempengaruhi kepuasan terhadap niat beli ulang.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toserba Jadi Baru Kebumen. Hal ini berarti, kualitas layanan menjadi hal yang dapat mempengaruhi kepuasan terhadap niat beli ulang.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *customer experience* berpengaruh dan signifikan terhadap niat beli ulang pada konsumen Toserba Jadi Baru Kebumen. Hal ini berarti, pengalaman konsumen menjadi hal yang dapat mempengaruhi niat beli ulang.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang pada konsumen Toserba Jadi Baru Kebumen. Hal ini berarti, kualitas layanan bukan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan niat beli ulang.

5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh dan signifikan terhadap niat beli ulang pada konsumen Toserba Jadi Baru Kebumen. Hal ini berarti, kepuasan konsumen menjadi faktor utama yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan perilaku beli ulang terhadap tempat yang sama.
6. Variabel *customer experience* berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang melalui kepuasan konsumen. Hal tersebut berarti bahwa ketika konsumen memiliki pengalaman baik saat berbelanja, hal itu akan menumbuhkan rasa puas yang dirasakan yang pada akhirnya berpengaruh terhadap niat beli ulang.
7. Variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang melalui kepuasan konsumen. Hal tersebut berarti bahwa kualitas layanan yang diterima oleh konsumen saat berbelanja akan menimbulkan rasa puas dan secara tidak langsung berpengaruh terhadap niat beli ulang.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini diusahakan semaksimal mungkin agar bisa memperoleh hasil yang terbaik, namun pada kenyataannya penulis masih menyadari bahwa kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan, diantaranya:

1. Penelitian ini menjelaskan penelitian ini dipengaruhi oleh *customer experience*, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, kepada peneliti selanjutnya disarankan menguji kembali variabel dalam penelitian ini dan menambahkan faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku niat beli ulang. Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Keterbatasan penelitian ini ada pada perhitungan variabel, untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan analisis SEM agar hasil penelitian lebih maksimal.

5.3. Implikasi

Berikut ini implikasi dari penelitian ini:

5.3.1. Implikasi Praktis

Implikasi praktis adalah dampak atau konsekuensi langsung yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Berikut ini implikasi praktis pada penelitian ini:

1. Hasil analisis yang dilakukan membuktikan bahwa *customer experience* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan niat beli ulang. Oleh karena itu Toserba Jadi Baru Kebumen sebaiknya selalu berupaya untuk memberikan pengalaman yang baik saat konsumen berbelanja. Hal ini bisa dilakukan dengan memastikan suasana toko dalam kondisi baik, aroma, warna cat, aksesoris yang digunakan untuk menghias. Selain itu Toserba Jadi baru sebaiknya memperhatikan fasilitas yang dimiliki, misalnya kondisi fasilitas yang baik dan terawat. Fasilitas dalam hal ini adalah lift, eskalator, tempat duduk, toilet, musola, mukena, dan lain sebagainya. Selain ketersediaan produk dan fasilitas yang dimiliki, sebaiknya Toserba Jadi Baru juga selalu memperhatikan kebersihan lingkungan serta memberikan pelayanan yang prima. tokomenjamin ketersediaan produk dan memberikan produk yang

baik seperti masa kadaluarsa yang masih lama, produk tidak cacat, dan produk tidak hancur yang mereka butuhkan. Selanjutnya Toserba Jadi Baru Kebumen juga bisa mengadakan event yang menarik atau *live music* agar saat konsumen berbelanja bisa sekaligus *refreshing*.

2. Hasil analisis yang dilakukan membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu sebaiknya Jadi Baru Kebumen selalu berupaya memberikan pelayanan yang berkualitas bahkan perlu meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Hal ini bisa dilakukan dengan cara pramuniaga yang peka terhadap kebutuhan konsumen, misal pramuniaga segera memberikan pelayanan ketika konsumen bingung mencari produk yang mereka inginkan. Kasir dapat memberikan pelayanan yang terbaik seperti cekatan dalam melayani konsumen, bersikap ramah dan profesional. Seperti memberikan senyum dan salam kepada konsumen agar konsumen merasa senang diperlakukan baik. Bagian *cleaning service* selalu menjaga kebersihan dan kenyamanan lingkungan Toserba Jadi Baru Kebumen. *Cleaning service* menjaga kebersihan toko ketika konsumen secara tidak sengaja menjatuhkan barang yang mengakibatkan lantai basah atau kotor. Bagian *security* selalu mengingatkan konsumen untuk menjaga barang bawaan mereka yang ditinggal di troli atau keranjang belanja.

3. Hasil analisis yang telah dilakukan membuktikan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap niat beli ulang dan mampu memediasi hubungan antara *customer experience* dan kualitas layanan terhadap niat beli ulang. Oleh karena itu sebaiknya Toserba Jadi Baru Kebumen selalu berupaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini bisa dilakukan dengan cara Toserba Jadi Baru memiliki produk berkualitas baik dan layanan prima. Paling tidak harus bisa menyamai para pesaing utama. Toserba Jadi Baru Kebumen harus bisa berupaya menjalin relasi yang kokoh dan saling menguntungkan dengan konsumen. Selain itu program penghargaan khusus seperti bonus, diskon, voucher dan hadiah yang dikaitkan dengan frekuensi pembelian tertentu agar konsumen tetap ingin berbelanja di Jadi Baru Kebumen.

5.3.2. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis adalah dampak atau konsekuensi dari suatu temuan atau ide dalam konteks teori atau pengetahuan ilmiah. Berikut ini implikasi teoritis pada penelitian ini:

1. Penelitian ini berada pada ruang lingkup penelitian *Theory of planned behavior* khususnya perilaku niat beli ulang. Niat beli ulang adalah tindakan konsumen pasca pembelian konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya, jika konsumen puas maka akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk tersebut. Teori ini

digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumen dengan tujuan untuk menyelidiki niat beli ulang pada tempat yang sama. Apabila niat konsumen tinggi maka kunjungan ulang yang dilakukan akan semakin tinggi.

2. Penelitian ini juga menambah kajian terkait kepuasan konsumen sebagai upaya pemenuhan sesuatu dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat dipenuhi di tempat yang dikunjungi, sehingga akan memberikan kesan positif terhadap rasa puas konsumen.

