

## BAB V SIMPULAN

### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data yang terkumpul dari kuesioner mengenai pengaruh *service quality* dan *lifestyle* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* pada King Vapor Cilacap, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Identitas responden yang diperoleh dari kuesioner penelitian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki (77 responden), karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan mayoritas dalam rentang usia 21-30 tahun (94 responden), karakteristik responden berdasarkan pekerjaan menunjukkan mayoritas bekerja sebagai wirausaha (35 responden), karakteristik responden berdasarkan penghasilan paling banyak berpendapatan lebih dari Rp 3.000.000 (34 responden), karakteristik responden berdasarkan alamat paling banyak berasal dari kecamatan Nusawungu (17 responden), dan karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian dalam 1 bulan terakhir yaitu mayoritas melakukan pembelian sebanyak 2 kali dalam 1 bulan terakhir (50 responden).
2. *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada konsumen King Vapor Cilacap. Jika staf dapat memberikan penjelasan yang mudah dipahami dan menawarkan cara mengatasi masalah konsumen, maka kemungkinan konsumen kecewa karena

memilih produk yang salah dapat diperkecil, hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

3. *Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada konsumen King Vapor Cilacap. Saat konsumen membeli produk vaping, mereka tidak hanya sekedar membeli produknya tetapi juga mencari pengalaman yang sesuai dengan gaya hidup yang dijalani. Bagi konsumen vaping sudah menjadi bagian dari kegiatan sosial, cara menunjukkan identitas, dan metode untuk mengekspresikan diri. Ketika suasana toko yang modern kekinian dan jenis produk yang ditawarkan sesuai dengan gaya hidup konsumen, maka konsumen akan merasa puas.
4. *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* pada konsumen King Vapor Cilacap. Kualitas pelayanan mempengaruhi niat pembelian ulang karena pelayanan merupakan pengalaman langsung yang dirasakan oleh konsumen saat melakukan pembelian. Pelayanan yang ramah, cepat, informatif, dan profesional membuat konsumen merasa dihargai dan terbantu saat memilih produk yang memang diinginkan dan dibutuhkan. Sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen, semakin tinggi pula kemauan untuk memiliki niat pembelian ulang.
5. *Lifestyle* tidak berpengaruh terhadap *repurchase intention* pada konsumen King Vapor Cilacap. Meskipun gaya hidup mempengaruhi kepuasan, niat melakukan pembelian ulang lebih banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor yang bersifat fungsional seperti kualitas layanan, keadaan produk,

kemudahan pembelian, dan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup lebih berpengaruh terhadap pengalaman dan kepuasan konsumen.

6. *Customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* pada konsumen King Vapor Cilacap. Kepuasan didapat dari penilaian konsumen setelah membandingkan apa yang diharapkan dengan pengalaman nyata yang dialami. King Vapor menyediakan produk yang sesuai, pelayanan yang ramah dan membantu, serta proses transaksi selalu berjalan dengan lancar. Rasa puas tersebut membuat konsumen memiliki minat untuk melakukan pembelian ulang.
7. Terdapat pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*. Artinya, variabel *customer satisfaction* signifikan sebagai intervening. Maka dengan demikian variabel *service quality* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* diterima.
8. Terdapat pengaruh *lifestyle* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*. Artinya, variabel *customer satisfaction* signifikan sebagai intervening. Maka dengan demikian variabel *lifestyle* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* diterima.

## 5.2. Keterbatasan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu di perhatikan untuk peneliti-peneliti selanjutnya. Adapun keterbatasan pada penelitian ini yaitu:

1. Adanya keterbatasan penelitian dalam proses pengumpulan data karena responden berasal dari berbagai kecamatan berbeda yang terletak cukup

jauh lokasi King Vapor. Hal ini terjadi karena King Vapor berada di daerah perbatasan antara Kabupaten Cilacap dan Kabupaten Kebumen, sehingga karakteristik pada responden lebih beragam. Kondisi ini membuat peneliti kesulitan dalam mencari responden secara merata, baik dalam hal jarak, waktu, maupun kesediaan responden untuk menjawab kuesioner. Lokasi tempat tinggal responden ini mempengaruhi kecepatan dalam mengumpulkan data, sehingga proses penelitian memakan waktu lebih lama dari yang telah direncanakan.

2. Peneliti hanya mengambil variabel *service quality*, *lifestyle*, *customer satisfaction*, dan *repurchase intention*. Untuk penelitian ke depan perlu menambah atau mengganti variabel lain yang lebih spesifik yang dapat mempengaruhi *customer satisfaction* dan *repurchase intention* sehingga dapat membantu memperluas pengetahuan dan menyempurnakan pemahaman terkait faktor-faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* dan *repurchase intention*.

### 5.3. Implikasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service quality*, dan *lifestyle* terhadap *repurchase intention* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening pada King Vapor Cilacap. Implikasi praktis dan teoritis yang disarankan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang sudah dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan beberapa saran dan masukan

yang dapat dipergunakan oleh pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada konsumen King Vapor Cilacap. Perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan hal ini bisa dilakukan dengan meningkatkan dan fokus pada pelatihan SDM untuk menjadi lebih responsif, informatif terkait produk dan memberikan pelayanan personal untuk membangun ikatan secara emosional pada pelanggan (Fernandho & Yusrin, 2025). Peneliti menyarankan agar toko King Vapor tetap menjaga kualitas pelayanan agar pelanggan tetap merasa puas. Pelayanan yang ramah, cepat, informatif, dan penataan barang yang rapi memberikan kesan positif. Hal ini membuat pelanggan merasa dihargai dan kebutuhannya diperhatikan.
2. *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada konsumen King Vapor Cilacap. Gaya hidup berkaitan dengan karakteristik individu yang telah terbentuk melalui pengaruh pengalaman dan lingkungan sosial, pengaruh ini mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian sampai akhirnya konsumen tersebut merasa puas terhadap apa yang diperolehnya (Hardiansyah & Suryani, 2024). Peneliti menyarankan agar King Vapor tidak hanya menjadi tempat membeli vape, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup konsumen. King Vapor dapat menyediakan produk dan desain toko yang sesuai tren,

serta menjadi tempat untuk memilih device dan berdiskusi tentang *liquid* dan *device*.

3. *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada konsumen King Vapor Cilacap. Konsumen merasa puas jika layanan pembelian produk sesuai dengan barang yang dijanjikan akan diterima pembeli serta pelayanan sepenuh hati sesuai dengan kebutuhan pembeli (Iftihana & Ariningsih, 2025). Oleh karena itu peneliti menyarankan perlu dilakukan pelatihan bagi staf tentang pengetahuan produk, kemampuan berkomunikasi, serta cara menangani keluhan konsumen secara profesional. Konsumen akan merasa dihargai dan percaya jika toko mampu memenuhi kebutuhan yang akan datang.
4. *Lifestyle* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada konsumen King Vapor. Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh *lifestyle* pada konsumen toko King Vapor belum mampu meningkatkan *repurchase intention*. Bagi pihak King Vapor sebaiknya lebih peka terhadap trend produk konsumsi yang disukai konsumen karena memang perubahan *lifestyle* di masyarakat berubah sangat cepat. Perangkat *vape* dapat dirancang dengan bentuk yang minimalis dan ringan namun tetap memiliki bentuk yang menarik untuk pemakaian sehari-hari. *Grip* yang nyaman dan fleksibel membantu mengurangi rasa lelah di tangan,

sementara desain minimalisnya menarik minat para pemula serta calon pengguna perempuan yang semakin banyak.

5. *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada konsumen King Vapor. Pembeli yang puas akan memunculkan probabilitas tinggi yang akan mendorong pembelian kembali di masa mendatang (Setyorini et al., 2022). Perusahaan perlu fokus pada pembuatan pengalaman pembelian yang memuaskan konsumen. Kepuasan konsumen wajib menjadi acuan utama dalam mengevaluasi kenaikan penjualan karena konsumen yang merasa puas akan kembali memiliki niat untuk melakukan pembelian ulang.
6. *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* dengan *customer satisfaction* sebagai mediasi. Hal ini dapat diartikan bahwa *customer satisfaction* signifikan sebagai variabel intervening. Maka dengan demikian variabel *service quality* melalui *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention* diterima. Standar pelayanan yang jelas dan cepat membuat pelanggan merasa puas dan memiliki minat untuk melakukan pembelian ulang (Salsabila et al., 2022). Bagi King Vapor hendaknya tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan sehingga konsumen merasa puas. Terbukti dengan *service quality* yang bagus akan membentuk *customer satisfaction* konsumen. Dengan adanya

*customer satisfaction* yang tinggi mempengaruhi minat untuk melakukan pembelian ulang di King Vapor Cilacap.

7. *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* dengan *customer satisfaction* sebagai mediasi. Hal ini dapat diartikan bahwa *customer satisfaction* signifikan sebagai variabel intervening. Konsep gaya hidup membantu perusahaan memahami apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dipilih oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan riset secara berkala untuk mengetahui gaya hidup pelanggan, karena informasi tentang preferensi mereka dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan keuntungan (Zannuba & Prawitasari, 2022). King Vapor perlu menyesuaikan produk dan suasana toko dengan gaya hidup konsumen yang dituju agar dapat menciptakan kepuasan konsumen. Terbukti dengan *lifestyle* yang sesuai dengan preferensi konsumen akan memenuhi *customer satisfaction*. Dengan adanya *customer satisfaction* yang tinggi mempengaruhi minat untuk melakukan pembelian ulang di King Vapor Cilacap.

### 5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut:

1. Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada King Vapor Cilacap.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *service quality* berpengaruh terhadap variabel *customer satisfaction*. Artinya Pelayanan yang ramah, cepat, informatif serta kondisi toko yang bersih dan penataan barang yang rapi akan menciptakan kesan positif sehingga membuat pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan kebutuhannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Christopher Fernando dan Nur Amalyn Yusri (2025), yang menunjukkan *service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada minat pembelian ulang konsumen di PT Daihatsu Indonesia.

2. Pengaruh *Lifestyle* terhadap *Customer Satisfaction* pada King Vapor Cilacap.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *lifestyle* berpengaruh terhadap variabel *customer satisfaction*. Artinya King Vapor mampu menyediakan berbagai kebutuhan konsumen pengguna *vape* seperti *liquid* berbagai rasa, perangkat *vape* modern, dan aksesoris pendukung yang terus mengikuti kebutuhan, keinginan dan tren pada konsumen. Selain dari produk, *lifestyle* juga tercermin pada bagaimana konsumen menilai pengalaman berbelanja melalui suasana toko dan desain interior yang menarik, sehingga mendukung ruang interaksi antar pelanggan yang memang memiliki kebutuhan sama dalam memenuhi gaya hidup sehingga dapat tercipta sebuah komunitas *vaping*. Hal ini menciptakan

pengalaman berbelanja yang tidak hanya fungsional, tetapi juga bersifat emosional dan sosial sehingga tercipta kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Wira Hardiansyah dan Susie Suryani (2024), yang menunjukkan *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada keputusan pembelian di *Coffeshop* oleh mahasiswa di Kota Pekanbaru.

3. Pengaruh *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* pada King Vapor Cilacap.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *service quality* berpengaruh terhadap variabel *repurchase intention*. Artinya, King Vapor mampu menyediakan pelayanan informatif, jujur, dan konsisten dalam menjelaskan spesifikasi produk, cara penggunaan, serta memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pelayanan yang stabil dan efisien membuat konsumen merasa tidak perlu lagi mencari alternatif toko lain dan tentu akan membuat konsumen melakukan pembelian ulang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Nida Iftihana dan Endah Pri Apriningsih (2025), yang menunjukkan *service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada konsumen di Soccicola.

4. Pengaruh *Lifestyle* terhadap *Repurchase Intention* pada King Vapor Cilacap.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *lifestyle* tidak berpengaruh terhadap variabel *repurchase intention*. Artinya, Perilaku pembelian konsumen yang sifatnya dinamis dan sangat mudah berubah juga mempengaruhi gaya hidup mereka sesuai dengan perubahan tren, lingkungan sosial, dan informasi yang diterima, perubahan ini menyebabkan keinginan konsumsi juga ikut bergeser dari waktu ke waktu. Gaya hidup konsumen yang terus berkembang mendorong mereka untuk terus mencoba produk lain yang dianggap lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang terbaru, sehingga pilihan konsumsi tidak lagi terfokus pada satu jenis produk dan tempat pembelian tertentu. Kondisi ini membuat gaya hidup tidak menjadi faktor yang stabil dan mendorong niat pembelian ulang di King Vapor. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Neni Marliyanti (2023) yang menyatakan bahwa *lifestyle* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* pada konsumen kopi Janji Jiwa RITA Supermall Purwokerto.

5. Pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* pada King Vapor Cilacap.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *customer satisfaction* berpengaruh terhadap variabel *repurchase intention*. Artinya, jika sudah pernah memiliki pengalaman baik sebelumnya maka konsumen akan yakin jika di pembelian selanjutnya juga akan

mendapatkan hasil yang sama juga, faktor tersebut yang memperkuat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Anastasia Rahayu Setyorini, Ngatno, dan Wahyu Hidayat (2022), yang menunjukkan bahwa *customer satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada konsumen yang melakukan pembelian di Galael Supermarket Ciputra Semarang.

6. Pengaruh *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada King Vapor Cilacap.

Berdasarkan uji sobel diperoleh nilai signifikansi atau p-Value sebesar  $0,000 < 0,05$ , artinya bahwa *customer satisfaction* mampu memediasi antara *service quality* terhadap *repurchase intention*. Hubungan antara *service quality* dengan *repurchase intention* didorong oleh *customer satisfaction*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Aura Nadhifa Salsabila, Basrah Saidani, dan Agung Kresnamukti (2022), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan pada konsumen yang pernah melakukan pembelian kecantikan melalui beautyhaul.

7. Pengaruh *Lifestyle* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada King Vapor Cilacap.

Berdasarkan uji sobel diperoleh nilai signifikansi atau p-Value sebesar  $0,000 < 0,05$ , artinya bahwa *customer satisfaction* mampu memediasi antara *lifestyle* terhadap *repurchase intention*. Hubungan antara *lifestyle* dengan *repurchase intention* didorong oleh *customer satisfaction*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Silvanda Hilda Zannuba dan Dian Prawitasari (2022), yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan pada konsumen Hijablogue Butik.

