

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan di Mojokerto dengan sampel akhir 110 responden dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Berdasarkan hasil dari analisis data yang terkumpul serta pengolahan analisis dengan SmartPLS 3.4.8 menunjukkan bahwa :

1. Atmosfer Toko berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis pertama diterima dan teruji kebenarannya.
2. Atmosfer toko berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli ulang, sehingga hipotesis kedua diterima dan teruji kebenarannya.
3. *Brand image* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis ketiga ditolak. Hal ini berarti bahwa *brand image* yang diterapkan Toko Tas Elizabeth Mojokerto tidak signifikan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.
4. *Brand image* berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli ulang, sehingga hipotesis keempat diterima dan teruji kebenarannya.
5. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis kelima diterima dan teruji kebenarannya.
6. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli ulang, sehingga hipotesis keenam diterima dan teruji kebenarannya.
7. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli ulang, sehingga hipotesis ketujuh diterima dan teruji kebenarannya.

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah disebutkan, maka peneliti mempunyai beberapa saran :

1. Bagi Toko Tas Elizabeth Mojokerto
 - a. Diharapkan pihak Toko Tas Elizabeth Mojokerto dapat meningkatkan penciptaan pengalaman belanja yang menarik dan berkesan dibenak konsumennya yaitu dengan cara memenuhi keinginan konsumen seperti memunculkan penawaran unik suatu produk, memberikan nilai-nilai keunggulan khas suatu produk, salah satunya dalam hal *sponsorship*. Sehingga konsumen merasa puas dan yakin terhadap merek Elizabeth.
 - b. Atmosfer Toko merupakan strategi pemasaran yang baik pada Toko Tas Elizabeth Mojokerto. Diharapkan strategi atmosfer toko dapat terus dipertahankan dan dikembangkan, karena dengan strategi tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang terhadap produk di Toko Tas Elizabeth Mojokerto.
2. Bagi peneliti lain
 - a. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi minat beli ulang selain variabel bebas dan variabel intervening yang diteliti dalam penelitian ini.
 - b. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi pengetahuan bagi penelitian mendatang pada kasus yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy dan Hartono, Jogyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : C.V Andi Offset.
- Berman, Barry dan Joel R. Evans. 2010. *Retail Management, A Strategic Approach, 11th Edition*. United State of American : Pearson Education, Inc.
- Churchill, Gilbert A. 2013. *Dasar-dasar Riset Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Engel, Blackwell, Miniard. 2010. *Perilaku Konsumen*. Tangerang : Binarupa Aksara.
- Faizatul, Ulumiyah. 2020. *Pengaruh Atmosfer Toko, Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Toko Tas Elizabeth Mojokerto*. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivoriante dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Undip.
- Goetsch, David L. dan Davis, Stanley. 2014. *Quality Management for Organizational Excellence: Introduction to Total Quality*. USA : Pearson New International Edition.
- Hair, Joseph E, Jr *et al.* 2014. *A Primer on Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California, USA : SAGE Publication, Inc.
- Hawkins dan Lonney, dikutip dalam Tjiptono, 2016. *Service Quality and Satisfaction Edisi Empat*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Henseler, J., Ringle, C., dan Sinkovics. 2016. *The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing*. *Advances in International Marketing*. No.20, pp.277-319
- Kinncar, Thomas C dan Taylor, James R. 2013. *Riset Pemasaran Jilid II*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia

- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2014. *Principles of Marketing, 15th Edition*. Pearson Education Limited.
- _____, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid Pertama. Jakarta: Erlangga.
- _____, 2012. *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2013. *Marketing Management 14th Edition*. Pearson Education Limited.
- _____, 2012. *Marketing Management, Twelve Edition*, New Jersey : Prentice Hall International.
- _____, 2016. *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.
- Schiffman, Leon G., Kanuk, Leslie Lazar.(2010). *Consumer Behaviour 10th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sholihin, Mahfud dan Ratmono, Dwi. 2013. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Stanton, William J. 2009. *Fundamental of Marketing*, Graw Hill Inc. : Mc.
- Sugiyono, 2013. *Statistika untuk Penelitian*, Bandung : Cv. Alfabeta
- _____, 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Cv. Alfabeta
- Sujarweni, Wiratna Dan Endrayanto, Poly. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Graham Ilmu
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2016. *Service Quality and Satisfaction Edisi Empat*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Yamin, Sofyan dan Kurniawan, Heri. 2009. *Structural Equation Modeling*. Jakarta: Salemba Infotek