



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh sebagai hasil pengolahan data dari Mediasi Kepuasan pelanggan dan Daya Tarik Pengecer terhadap Hubungan Emosi Positif dan Keterlibatan Konsumen dengan *Repatronage Intentions* pada Carrefour Mall of Indonesia dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Emosi Positif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin bahagia (senang/gembira) seorang konsumen, maka semakin memungkinkan konsumen tersebut untuk merasa puas.
2. Emosi Positif berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap Daya Tarik Pengecer. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin bahagia (senang/gembira) seorang konsumen, maka semakin tinggi tingkat ketertarikan konsumen terhadap pengecer.
3. Keterlibatan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Tarik Pengecer. Untuk itu dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat keterlibatan konsumen maka semakin tinggi tingkat ketertarikan konsumen terhadap pengecer.
4. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Tarik Pengecer. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen terhadap pengecer, maka semakin tinggi pula tingkat ketertarikan konsumen terhadap pengecer tersebut.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repatronage intentions*. Secara tidak langsung, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repatronage intentions*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen terhadap pengecer, maka semakin tinggi pula niat konsumen untuk mengunjungi kembali pengecer tersebut (*repatronage intentions*).
6. Daya Tarik Pengecer berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repatronage intentions*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat ketertarikan konsumen terhadap pengecer, maka semakin tinggi pula niat konsumen untuk mengunjungi kembali pengecer tersebut (*repatronage intentions*).
7. Emosi Positif berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap *repatronage intentions*. Pengaruh emosi positif terhadap *repatronage intentions* secara tidak langsung dapat melalui kepuasan pelanggan dan daya tarik pengecer. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin bahagia (senang/gembira) seorang konsumen, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen dari pengecer atau semakin tinggi juga tingkat ketertarikan konsumen terhadap pengecer. Hal ini akan berpengaruh juga pada peningkatan niat konsumen untuk mengunjungi kembali pengecer tersebut (*repatronage intentions*).
8. Keterlibatan konsumen berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap *repatronage intentions*. Pengaruh keterlibatan konsumen secara tidak langsung dapat melalui daya tarik pengecer. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat keterlibatan konsumen maka semakin tinggi tingkat ketertarikan konsumen terhadap pengecer yang akan berdampak juga pada peningkatan niat

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



konsumen untuk mengunjungi kembali pengecer tersebut (*repatronage intentions*).



Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis dapat menyatakan hal-hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pihak-pihak terkait:

1. Bagi Carrefour

Carrefour Mall of Indonesia diharapkan dapat terus meningkatkan kinerja agar semakin banyak konsumen yang mendapatkan kepuasan saat berbelanja di Carrefour Mall of Indonesia. Selain itu, Carrefour Mall of Indonesia diharapkan dapat memfokuskan pada emosional pelanggan dikarenakan secara tidak langsung Emosi Positif mempengaruhi *repatronage intentions* melalui rangsangan dari Kepuasan dan Daya Tarik Pengecer. Dari hasil pernyataan Emosi Positif tentang apakah saya merasa gembira saat berbelanja di Carrefour Mall of Indonesia, sebanyak 51,8% responden menjawab netral. Hal ini menyatakan bahwa responden belum merasa gembira apabila berbelanja di Mall of Indonesia. Oleh sebab itu, diharapkan Carrefour Mall of Indonesia dapat mengadakan acara ataupun promosi yang dapat menumbuhkan rasa gembira konsumen saat berbelanja di Carrefour Mall of Indonesia dibandingkan dengan pengecer lain. Demikian juga, diharapkan Carrefour dapat mempertahankan dan meningkatkan rasa puas konsumen terhadap pengecer dan daya tarik pengecer, dikarenakan dua variabel ini menjadi variabel pendorong yang membentuk semakin tinggi nya niat konsumen untuk mengunjungi kembali (*repatronage intentions*) Carrefour Mall of Indonesia.

2. Bagi Penelitian selanjutnya

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah Emosi Positif, Keterlibatan Konsumen, Kepuasan pelanggan, Daya Tarik Pengecer, dan *Repatronage Intentions*. Untuk mengetahui faktor yang menyebabkan peningkatan *repatronage intentions*, dalam penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lainnya seperti *store service provision* dan *service quality* agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

