KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh sebagai hasil pengolahan data peran mediasi Emosi Positif dan Keterlibatan Konsumen terhadap Kepuasan dan Daya Tarik Pengecer dalam menciptakan *Repatronage Intentions* pada Farmers Market Mall Kelapa Gading dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Emosi Positif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, jika emosi positif pelanggan meningkat maka kepuasan pelanggan juga meningkat.
2. Emosi Positif berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap Daya Tarik Pengecer. Dengan demikian, jika emosi positif pelanggan meningkat maka daya tarik pengecer juga meningkat.
3. Keterlibatan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Tarik Pengecer. Dengan demikian, jika keterlibatan konsumen meningkat maka daya tarik pengecer juga meningkat.
4. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Tarik Pengecer. Dengan demikian, jika kepuasan pelanggan meningkat maka daya tarik pengecer juga meningkat.
5. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *Repatronage Intentions*. Dengan demikian, jika kepuasan pelanggan meningkat maka r*epatronage intentions* juga meningkat.
6. Daya Tarik Pengecer berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *Repatronage Intentions*. Dengan demikian, jika daya tarik pengecer meningkat maka *repatronage intentions* juga meningkat.

7. Emosi Positif berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap *Repatronage Intentions*. Pengaruh tidak langsung dapat melalui Kepuasan Pelanggan atau melaui Daya Tarik Pengecer atau melalui Kepuasan Pelanggan dan Daya Tarik Pengecer. Dengan demikian, untuk meningkatkan *repatronage intentions* pelanggan, maka dapat diciptakan dari pembentukan emosional pelanggan yang positif serta melalui rangsangan dari kepuasan dan daya tarik pengecer.
8. Keterlibatan Konsumen berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap *Repatronage Intentions*. Pengaruh tidak langsung dapat melalui Daya Tarik Pengecer. Dengan demikian, untuk meningkatkan *repatronage intentions* pelanggan, maka dapat diciptakan melalui pembentukan keterlibatan konsumen serta melalui daya tarik pengecer.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Farmers Market

Farmers Market Mall Kelapa Gading diharapkan dapat terus mempertahankan pelayanan dan kinerja yang sudah ada bahkan lebih ditingkatkan sehingga semakin banyak pelanggan yang memperoleh kepuasan terhadap Farmers Market dan enggan berpindah pada pengecer lain. Selain itu, Farmers Market diharapkan dapat memfokuskan pada emosional pelanggan dikarenakan secara tidak langsung Emosi Positif mempengaruhi *Repatronage Intentions* melalui rangsangan dari Kepuasan dan Daya Tarik Pengecer.

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada responden, didapatkan hasil bahwa terhadap indikator-indikator yang berkaitan dengan variabel Emosi Positif, Keterlibatan Konsumen, Daya Tarik Pengecer, dan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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.

Repatronage Intentions, sebagian besar responden menjawab netral. Hal ini menyatakan bahwa belum terciptanya emosi yang positif dari pelanggan, belum ada nya keterlibatan tinggi dari pelanggan ketika berbelanja di Farmers Market Mall Kelapa Gading, serta belum terciptanya daya tarik yang cukup kuat dari Farmers Market Mall Kelapa Gading untuk menarik pelanggan dan membuat pelanggan memiliki minat untuk melakukan kunjungan kembali ke Farmers Market Mall Kelapa Gading. Oleh sebab itu, diharapkan Farmers Market Mall Kelapa Gading dapat meningkatkan faktor-faktor yang berkaitan dengan membangun emosi positif dan keterlibatan konsumen selama berbelanja di Farmers Market Mall Kelapa Gading, meningkatkan daya tarik pelanggan terhadap Farmers Market Mall Kelapa Gading, dan meningkatkan minat pelanggan untuk mengunjungi kembali Farmers Market Mall Kelapa Gading.

Seperti contohnya, dapat mengadakan *event* yang dapat membangkitkan emosi yang positif dari pelanggan serta munculnya keterlibatan dari pelanggan ketika berbelanja, serta juga mengadakan promosi yang lebih menarik sehingga mampu meningkatkan ketertarikan pelanggan terhadap Farmers Market Mall Kelapa Gading. Dengan demikian, diharapkan dapat juga meningkatkan kepuasan pelanggan yang juga akan meningkatkan minat pelanggan untuk datang kembali ke Farmers Market Mall Kelapa Gading.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian yang akan datang diharapkan dapat dilakukan lebih spesifik dengan menggunakan pengumpulan data melalui kuesioner fisik maupun secara *online* sehingga hasil yang diperoleh lebih mewakili semua kalangan. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat dikembangkan dengan menambah variabel

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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.

lainnya seperti *Word of Mouth*, *Looking Foward*, dan lainnya sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih kompleks dan lebih baik lagi.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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.