

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh *store atmosphere*, *event*, dan *location* terhadap *repurchase intention* dengan *purchase decisions* sebagai variabel mediasi (Studi Kasus Pada Malini Kopi Madiun) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel *store atmosphere* (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *purchase decisions* pada Malini Kopi, sehingga **hipotesis pertama diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *store atmosphere*, maka *purchase decisions* pada Malini Kopi juga akan semakin meningkat.
2. Secara parsial variabel *event* (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *purchase decisions* pada Malini Kopi, sehingga **hipotesis kedua diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *event*, maka *purchase decisions* pada Malini Kopi juga akan semakin meningkat.
3. Secara parsial variabel *location* (X_3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *purchase decisions* pada Malini Kopi, sehingga **hipotesis ketiga diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *location*, maka *purchase decisions* pada Malini Kopi juga akan semakin meningkat.
4. Secara parsial variabel *Store Atmosphere* (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada Malini Kopi, sehingga **hipotesis keempat diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik

Store Atmosphere, maka *repurchase intention* pada Malini Kopi juga akan semakin meningkat.

5. Secara parsial variabel *event* (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada Malini Kopi, sehingga **hipotesis kelima diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *event*, maka *repurchase intention* pada Malini Kopi juga akan semakin meningkat.
6. Secara parsial variabel *location* (X_3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada Malini Kopi, sehingga **hipotesis keenam diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *location*, maka *repurchase intention* pada Malini Kopi juga akan semakin meningkat.
7. Secara parsial variabel *Purchase Decisions* (Z) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada Malini Kopi, sehingga **hipotesis ketujuh diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Purchase Decisions*, maka *repurchase intention* pada Malini Kopi juga akan semakin meningkat.
8. Ada pengaruh pengaruh *store atmosphere*, terhadap *repurchase intention* pada Malini Kopi dengan *purchase decisions* sebagai variabel mediasi, sehingga **hipotesis kedelapan diterima**.
9. Ada pengaruh *event* terhadap *repurchase intention* pada Malini Kopi dengan *purchase decisions* sebagai variabel mediasi, sehingga **hipotesis kesembilan diterima**.

10. Ada pengaruh *location* terhadap *repurchase intention* pada Malini Kopi dengan *purchase decisions* sebagai variabel mediasi, sehingga **hipotesis kesepuluh diterima.**

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada beberapa pihak antara lain:

1. Bagi pihak Malini Kopi
 - a. Hendaknya meningkatkan *store atmosphere*, sehingga kondisi Malini Kopi menjadi lebih menarik.
 - b. Hendaknya lebih sering mengadakan event secara rutin dalam waktu 1 minggu sekali.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Hendaknya menambahkan variabel lain yang mempengaruhi *repurchase intention* seperti: harga, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lain-lain.
 - b. Hendaknya menggunakan metode campuran (*mixed methods*), yaitu menggabungkan kuesioner dengan wawancara atau observasi. Metode ini akan memberikan gambaran yang lebih mendalam.
 - c. Hendaknya mengambil responden yang berbeda serta menambah jumlah responden sehingga kemungkinan diperoleh hasil yang berbeda.