

## **BAB IV PENUTUP**

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan data yang diperoleh dari hasil analisis data. Maka pada bab ini akan dijelaskan kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan peneliti. Bab ini juga disertai saran dari peneliti yang berguna untuk meningkatkan minat beli ulang pada Carrefour DP Mall Semarang.

### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden yang telah dilakukan mengenai pengaruh *store atmosphere*, lokasi dan harga terhadap *repurchase intention* (Studi pada konsumen Carrefour DP Mall Semarang)

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *store atmosphere*( $X_1$ ) terhadap *repurchase intention*( $Y$ ) dilihat dari koefisien regresi yang memiliki nilai 0,174 dan nilai  $t$  hitung yang lebih besar dari  $t$  tabel yakni  $(10,471) > t$  tabel  $(1,6605)$  dengan nilai signifikansi probability  $< 0,05$ . *Store atmosphere* memberikan pengaruh terhadap variabel *repurchase intention* yaitu sebesar 52,8%. Dalam hal ini berarti sebesar 52,8% *repurchase intention* dipengaruhi oleh *store atmosphere*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan variabel *store atmosphere* termasuk dalam kategori cukup menarik.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi ( $X_2$ ) terhadap *repurchase intention*( $Y$ ) dilihat dari koefisien regresi yang memiliki nilai

0,527 dan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel yakni (9,064) > t tabel (1,6605) dengan nilai signifikansi probability < 0,05. Lokasi memberikan pengaruh terhadap variabel *repurchase intention* yaitu sebesar 45,6%. Dalam hal ini berarti sebesar 45,6% *repurchase intention* dipengaruhi oleh lokasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan variabel lokasi termasuk dalam kategori sedang atau cukup baik.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga ( $X_3$ ) terhadap *repurchase intention* (Y) dilihat dari koefisien regresi yang memiliki nilai 0,417 dan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel yakni (8,312) > t tabel (1,6605) dengan nilai signifikansi probability < 0,05. Harga memberikan pengaruh terhadap variabel *repurchase intention* yaitu sebesar 41,4%. Dalam hal ini berarti sebesar 41,4% *repurchase intention* dipengaruhi oleh harga. Berdasarkan penelitian yang dilakukan variabel harga termasuk dalam kategori memadai, namun ada beberapa item yang harganya lebih mahal dibanding pesaing.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *store atmosphere*, lokasi dan harga secara bersama-sama (simultan) terhadap *repurchase intention* dilihat dari hasil perhitungan F hitung yang lebih besar dari F tabel yakni (57,938) > F tabel (2,700) dengan signifikansi probability < 0,05. *Store Atmosphere*, lokasi dan harga memberi pengaruh sebesar sebesar 64,4%. Dalam hal ini berarti sebesar 64,4% *repurchase intention* dipengaruhi oleh *store atmosphere*, lokasi dan harga. Dalam penelitian ini *repurchase intention* di Carrefour DP Mall Semarang dalam kategori tinggi.

## 4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka diajukan beberapa saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Saran untuk variabel *store atmosphere* adalah perlu perbaharuan tampilan bagian muka dan desain bangunan supaya lebih terlihat baru dan menarik. Karena dengan tampilan yang lebih menarik akan meningkatkan minat konsumen untuk berkunjung kembali dan melakukan pembelian ulang di Carrefour DP Mall Semarang.
2. Saran untuk variabel harga adalah sebaiknya pihak manajemen Carrefour DP Mall Semarang memperhatikan harga beberapa item yang lebih mahal dibanding pesaing yang diberikan ke pelanggan.