

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 SIMPULAN**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada Chatime di Surabaya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*, artinya apabila *service quality* yang diberikan kepada konsumen Chatime di Surabaya semakin baik dari segi ketanggapan dalam menanggapi keluhan pelanggan ataupun pertanyaan seputar produk maka karyawan akan selalu sigap untuk selalu membantu konsumen Chatime di Surabaya sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang terhadap produk Chatime di Surabaya.
2. *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, artinya apabila *service quality* yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan harapan konsumen serta memberikan pelayanan sesuai dengan peraturan yang berlaku dan Pelayanan yang baik serta pelayanan yang selalu mengerti apa yang dibutuhkan oleh konsumen maka konsumen akan merasa puas jika membeli suatu produk Chatime di Surabaya.
3. *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*, artinya apabila konsumen merasa puas terhadap Chatime di Surabaya baik dari segi kualitas pelayanan, produk yang sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen mungkin akan melakukan pembelian ulang dengan harapan produk tersebut sesuai dengan harapan dan memiliki manfaat tersendiri bagi konsumen.
4. *customer satisfaction* tidak mampu memediasi pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention*, artinya ketika pelanggan merasa kualitas pelayanan yang diberikan Chatime di Surabaya baik maka akan terjadi minat beli ulang atas produk tersebut tanpa adanya kepuasan pelanggan terlebih dahulu, maksudnya adalah tanpa konsumen merasa puas akan suatu produk konsumen akan tetap membeli ulang produk dari Chatime di Surabaya karena dengan dukungan kualitas pelayanan yang berikan kepada pelanggan sangat baik

#### **5.2 KETERBATASAN PENELITIAN**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat dikembangkan dalam penelitian yang akan datang. Keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini faktor - faktor yang mempengaruhi *repurchase intention* pada Chatime di Surabaya terdapat 1 variabel saja yaitu *service quality* sedangkan masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi *repurchase intention*.
2. Dalam penelitian ini mempunyai keterbatasan waktu yang digunakan dalam melakukan penelitian ini dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner sehingga sangat

mungkin jawaban yang diberikan tidak menunjukkan keadaan sebenarnya, akan lebih baik bila ditambahkan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.

3. Penyebaran kuesioner penelitian ini terbatas hanya pada bulan Juli 2022.

### 5.3 SARAN

Saran yang bisa diberikan antara lain untuk memperbaiki hasil penelitian ini dan memberikan saran agar peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih baik, saran yang pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Sebaiknya Chatime di Surabaya agar selalu memperhatikan *service quality* yang diberikan kepada konsumen atau bisa lebih ditingkatkan lagi pelayanan yang ditujukan kepada pelanggan agar konsumen tetap melakukan *repurchase intention*.
2. Sebaiknya Chatime di Surabaya agar selalu mempertahankan *service quality* yang diberikan kepada konsumen agar konsumen merasa puas atas pembelian produk chatime di Surabaya.
3. Sebaiknya Chatime di Surabaya agar selalu mempertahankan *customer satisfaction* dengan berbagai produk baru yang diminati oleh konsumen agar konsumen melakukan *repurchase intention*.
4. Sebaiknya Chatime di Surabaya agar selalu mempertahankan *service quality* karena dengan pelayanan yang baik akan membuat konsumen melakukan *repurchase intention* tanpa melalui *customer satisfaction* terlebih dahulu.