

menyatakan setuju karena karyawan Reny Swalayan – ku tanggap dalam menjelaskan produk yang tidak diketahui konsumen serta memiliki trolley dorong untuk mempermudah konsumen dalam berbelanja, sehingga kualitas pelayanan yang dimiliki Reny Swalayan – ku mampu meningkatkan pelanggan dalam niat berbelanja ulang.

Penelitian yang dihasilkan dengan dilaksanakan atas Puspitasari beserta Vita (2017), definisi atas *repurchase intention* (niat membeli kembali) yaitu ketetapan yang terencana dalam menjalankan pembelian maupun jasa beserta barang khusus lewat melakukan pertimbangan situasi beserta tingkatan kegemaran, yang artinya pelanggan akan melaksanakan pembelian ulang jika didalamnya terdapat *service quality* (Kualitas Pelayanan). Perusahaan dengan kualitas pelayanan yang tinggi akan memberikan kepuasan pada pelanggannya sehingga dapat memberikan dampak konsumen untuk melakukan minat pembelian ulang. Dengan demikian Kualitas Pelayanan dapat meningkatkan Niat Membeli Kembali pada konsumen Reny Swalayan - ku.

BAB V

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

5.1 Simpulan

Berlandaskan atas analisis yang dihasilkan beserta pemaparan terdahulu, sebagian dari persoalannya bisa disimpulkan yaitu berupa:

1. Reputasi Toko memberikan suatu pengaruh signifikan kepada Niat Membeli Kembali konsumen dalam Reny Swalayan – ku Surabaya.
2. *Word Of Mouth* (WOM) memberikan suatu pengaruh signifikan kepada Niat Membeli Kembali konsumen dalam Reny Swalayan – ku Surabaya.
3. Kualitas Pelayanan memberikan suatu pengaruh signifikan kepada Niat Membeli Kembali konsumen dalam Reny Swalayan – ku Surabaya.

5.2 Saran

Berlandaskan atas kesimpulan, penulis menciptakan sebagian saran sesuai dengan penelitian yang dihasilkan:

1. Terdapat harapan untuk pihak Reny Swalayan - ku menjaga reputasi toko dengan cara berperan aktif pada berbagai akun media sosial seperti Instagram, Twitter, lalu pada website, serta pada platform e-commercenya misalnya yaitu shopee agar pelanggan dapat memperoleh informasi yang berkaitan lewat produk yang dimiliki Reny Swalayan – ku dengan lebih *update*. Persoalan tersebut disebabkan banyaknya pengguna yang utamanya pada Instagram, dengan itu

setiap pelanggan beserta calon pelanggan bisa mendapatkan terbaru tentang Reny Swalayan – ku dengan cepat.

2. Reny Swalayan telah dikenal oleh pelanggan sebagai toko ritel dengan banyak produk dan harga murah, sehingga penulis berharap mereka tidak menurunkan kualitas produknya. Selain itu, pihak Reny Swalayan – ku juga memproduksi roti comak – camuk sendiri sehingga harus membuat kolom review tentang publikasi di media sosial. Reny Swalayan – ku juga memiliki pencapaian yang diraih yaitu, Reny Swalayan – ku termasuk ke dalam Top 5 diperindo (Asosiasi perdagangan Indonesia) kategori toko lokal, sehingga para konsumen akan mengajak orang lain untuk berbelanja di Reny Swalayan – ku.

3. Diharapkan Reny Swalayan - ku tetap menjaga kebersihan ruangan serta mengatur tata letak/penempatan produk yang dijual, sehingga para konsumen lebih mudah mengetahui posisi masing-masing produk yang dicari sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, Pramuniaga juga harus tanggap dalam pengecekan produk yang kosong untuk segera diisi kembali, dengan begitu para konsumen akan mengajak orang lain untuk berbelanja di Reny Swalayan – ku, karena kualitasnya yang cukup baik.

4. Bagi penelitian yang berikutnya dimiliki harapan bahwa dapat menambahkan berbagai variabel independent lainnya misalnya yaitu harga, kepuasan pelanggan, citra merek dan yang lainnya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berlandaskan atas berbagai pengalaman langsung yang dimiliki peneliti pada jalannya tahap penelitian ini, ditemukan sebagian keterbatasan yang dilalui serta bisa sebagai sebagian faktor yang semakin diberikan perhatian untuk beberapa penelitian yang mendatang supaya semakin sempurna. Sebagian keterbatasan pada jalannya penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Pada tahapan penarikan data informasi dari para responden lewat kuisisioner kadang belum menampilkan pendapatan responden dengan sesungguhnya, permasalahan tersebut dialami sebab terdapat perbedaan pemikiran, perbedaan dalam pemahaman beserta anggapan setiap respondennya, serta faktor lainnya misalnya faktor kejujuran saat melakukan pengisian pendapat di kuisisioner yang isinya.
2. Dalam penelitian yang berlangsung sekedar meneliti pengaruh Reputasi Toko, WOM, dan Kualitas Pelayanan. Tetap ditemukan faktor lainnya yang bisa mempengaruhi Niat Membeli Kembali, misalnya Kepercayaan Pelanggan, Store atmosphere, Harga dan sebagainya.