



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan model penelitian dan analisis *Pengaruh convenience, atmospheric, entertainment dan tenant mix terhadap customer satisfaction dan revisit intention: BSD Junction*, maka hasil yang diperoleh:

1. Hipotesis 1: *Convenience* memiliki pengaruh yang positif dengan *customer satisfaction*

Hasil analisis dari model struktural menunjukkan bahwa nilai *t-value* = 2.19 (nilai kritis ≥ 1.96). Sehingga dapat disimpulkan bahwa temuan dari penelitian ini mendukung hipotesis 1.

2. Hipotesis 2: *Atmospheric* akan memiliki pengaruh yang positif dengan *customer satisfaction*.

Hasil analisis dari model struktural menunjukkan bahwa nilai *t-value* = -1.63 (nilai kritis ≥ 1.96). Sehingga dapat disimpulkan bahwa temuan dari penelitian ini tidak mendukung hipotesis 2.

3. Hipotesis 3: *Entertainment* akan memiliki pengaruh yang positif dengan *customer satisfaction*.

Hasil analisis dari model struktural menunjukkan bahwa nilai *t-value* = 4.55 (≤ 1.96 atau ≤ 2.00). Sehingga dapat disimpulkan bahwa temuan dari penelitian ini mendukung hipotesis 3.

4. Hipotesis 4: *Tenant mix* akan memiliki pengaruh yang positif dengan *customer satisfaction*.

Hasil analisis dari model struktural menunjukkan bahwa nilai *t-value* sebesar 3.62. Sehingga dapat disimpulkan bahwa temuan dari penelitian ini mendukung hipotesis 4.

5. Hipotesis 5: *Customer satisfaction* akan memiliki pengaruh yang positif dengan *revisit intention*.

Hasil analisis dari model struktural menunjukkan bahwa nilai *t-value* sebesar 3.07. Sehingga dapat disimpulkan bahwa temuan dari penelitian ini mendukung hipotesis 5.

Dalam penelitian ini, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa *convenience*, *entertainment* dan *tenant mix* memiliki hubungan positif terhadap *revisit intention* melalui *customer satisfaction*, tetapi *atmospheric* tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap *customer satisfaction*.

5.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

- a. Pada faktor *atmospheric*, walaupun elemen-elemen *atmospheric* tidak memberikan pengaruh terhadap *customer satisfaction*, menurut penulis, *atmospheric* memiliki bagian dalam evaluasi konsumen atas kepuasannya selama berada di dalam *mall*. Sehingga untuk kedepannya lakukanlah pengujian pada *mall* yang memiliki *atmospheric* yang lebih bagus.
- b. Menambahkan indikator *atmospheric* lainnya, seperti: ketersediaan parkir, luas *mall*, *wall decoration*, *waiting area* yang dapat membuat penelitian menjadi semakin komprehensif (Turley & Milliman, 2000) agar elemen tersebut mampu memberikan pengaruh terhadap *customer satisfaction* sehingga semakin memperkuat *revisit intention*.

c. Seiring dengan perkembangan zaman dan regulasi pemerintah, kedepannya akan ada banyak *mall-mall* baru yang bermunculan. Cobalah untuk meneliti bagaimana langkah-langkah promosi apa saja yang dapat membuat *mall-mall* yang sudah ada tidak tergeser oleh *mall* yang baru dibuka. Lakukan perbandingan antara dua buah *mall*, satu *mall* yang sukses dan satu lagi *mall* yang akan atau sudah sepi pengunjungnya sehingga untuk kedepannya, kita dapat belajar bagaimana atau kesalahan apa yang dilakukan oleh *mall* yang sepi sehingga berdampak pada berkurangnya jumlah pengunjung dan bagaimana *mall* yang sukses tersebut dapat menaikkan jumlah pengunjungnya.

UMMN