REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh customer relationship management, atmosphere store, dan media sosial terhadap pembelian ulang pelanggan Wkwk Cafe Kudus. Data yan diambil berdasarkan kuesioner yang diisikan kepada responden dan dianalisa menggunakan model regresi berganda, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Customer relationship management* tidak berpengaruh terhadap pembelian ulang pelanggan Wkwk Cafe Kudus. Pengujian hipotesis H1 pada penelitian ini ditolak, hasil ini terlihat dari pengujian secara parsial (t) variabel (X1) yang menunjukkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ (1,529<1,660) dan nilai signifikansi sebesar 0,130, sehingga dapat disimpulkan variabel *customer relationship management* yang ada di Wkwk Cafe Kudus tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pelanggan yang melakukan pembelian ulang.
2. *Atmosphere store* berpengaruh terhadap pembelian ulang konsumen Wkwk Cafe Kudus. Pengujian hipotesis H2 pada penelitian ini diterima, hasil ini sesuai dengan pengujian secara parsial (t) variabel *atmosphere store* (X2) terhadap pembelian ulang menunjukkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar (4,161>1,660) dan signifikansi sebesar 0,000, sehingga dapat disimpulkan *atmosphere store* yang dimiliki Wkwk berpengaruh terhadap pelanggan yang melakukan pembelian ulang.
3. Media sosial berpengaruh terhadap pembelian ulang pelanggan Wkwk Cafe Kudus. Pengujian hipotesis H3 pada penelitian ini diterima, hasil ini sesuai dengan pengujian secara parsial (t) pada variabel media sosial (X3) yang menunjukkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar (4,637>1,660) dan niali signifikansi sebesar 0,000, sehingga dapat disimpulkan media sosial yang digunakan Wkwk Cafe memiliki pengaruh signifikan terhadap pelanggan yang melakukan pembelian ulang.
4. *Customer relationship management, atmosphere store,* dan media sosial berpengaruh terhadap pembelian ulang. Pengujian hipotesis H4 pada penelitian ini diterima, hasil ini sesuai dengan pengujian secara simultan (F) terhadap ketiga variabel *customer relationship management (X1), atmosphere store,*

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

dan media sosial (X3) secara bersama-sama terhadap pembelian ulang (Y) menunjukkan hasil F_{hitung} (31,793) > F_{tabel} (2,70) dengan nilai signifikasi 0,000, sehingga dapat disimpulkan variabel independen (*customer relationship management, atmosphere store* dan media sosial) secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pelanggan yang melakukan pembelian ulang di Wkwk Cafe Kudus.

B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian, keterbatasan yang peneliti dapatkan adalah sebagai berikut :

1. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode penyebaran angket / kuesioner dinilai kurang efektif karena kemungkinan diisi dengan tidak serius sehingga memungkinkan terjadinya informasi yang bias.
2. Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independen yang mempengaruhi pembelian ulang pelanggan, masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi pembelian ulang pelanggan.

C. Saran

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan. Disisi lain, keterbatasan dan kelemahan yang ditemukan dalam penelitian ini dapat menjadi masukan bagi penelitian yang akan datang. Adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Wkwk Cafe Kudus agar mengubah management hubungan pelanggan (*customer relatioship management*) yang selama ini sudah diterapkan. *Customer relationship management* yang selama ini diterapkan tidak memberikan pengaruh terhadap konsumen yang melakukan pembelian ulang di Wkwk Cafe Kudus. *Atmosphere store* yang ada di Wkwk Cafe juga dipertahankan atau bahkan perlu ditingkatkan agar tetap memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang melakukan pembelian ulang. Hal yang sama juga berlaku untuk media sosial yang selama ini digunakan untuk promosi dan memberikan informasi kepada pelanggannya juga perlu dipertahankan, agar pelanggan dapat memperoleh informasi yang lengkap dan terbaru mengenai

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Wkwk Cafe. Informasi yang dimaksud antara lain, menu baru, perubahan harga, potongan harga khusus dan lain sebagainya.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan lebih banyak sempel untuk dapat memperoleh hasil yang lebih akurat mengenai pengaruh *customer relationship management*, *atmosphere store*, dan media sosial terhadap pembelian ulang pelanggan.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi pembelian ulang pelanggan.

REPOSITORI IAIN KUDUS