

## **BAB V**

### **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang Mirota Batik Yogyakarta

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa. Citra toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang. Citra toko yang di bentuk oleh Mirota Batik Yogyakarta merupakan faktor penting untuk mempengaruhi niat beli ulang konsumen. Konsumen menilai sebuah toko berdasarkan pengalaman mereka atas toko tersebut. Jika toko memiliki citra yang baik, maka niat beli ulang juga akan meningkat.

2. Suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang Mirota Batik Yogyakarta

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan bahwa. Suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang. Suasana toko pada Mirota Batik Yogyakarta merupakan faktor penting untuk mempengaruhi niat beli ulang konsumen. Suasana toko yang didesain secara tepat dan baik akan dapat dorongan konsumen untuk melakukan pembelian barang. jika suasana toko yang baik maka niat beli ulang juga akan meningkat

3. Pameren toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang Mirota Batik Yogyakarta

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa. Pertunjukan toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang. Pertunjukan toko pada Mirota Batik Yogyakarta merupakan faktor penting untuk mempengaruhi niat beli ulang konsumen. Konsumen adalah seorang manusia yang sangat mengandalkan daya visual, sehingga tidak mengherankan. Jika semakin sering menampilkan barang untuk pertunjukan toko, maka konsumen lebih tertarik dan timbul perasaan niat beli ulang konsumen.

**B. Keterbatasan**

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

- a. Sampel pada penelitian ini hanya terbatas pada konsumen yang berbelanja di Mirota Batik sehingga belum dapat mewakili keseluruhan konsumen di Yogyakarta
- b. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh citra toko, suasana toko, pertunjukan toko, sehingga nilai koefisien determinasi yang diproses masih rendah.

**C. Saran**

- a. Pemilik Mirota Batik Yogyakarta hendaknya memperhatikan variabel-variabel citra toko, suasana toko dan pertunjukan toko, karena faktor-faktor tersebut berpengaruh positif terhadap niat beli ulang.

- b. Penelitian selanjutnya perlu menambah jumlah sampel dan memperluas ruang lingkupnya penelian tidak hanya di Mirota Batik Yogyakarta.
- c. Penelitian yang akan datang perlu menambahkan variabel lain yang mempengaruhi niat beli ulang agar diperoleh nilai koefisien determinasi yang lebih tinggi, seperti: lokasi toko, kualitas pelayanan dan sebagainya.