

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Customer Experience* pada Rumah Makan Mulyasari Ciamis berada pada kategori Tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Experience* memiliki hubungan yang sangat kuat serta berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Dengan demikian semakin baik pengalaman yang diperoleh pelanggan selama berkunjung, maka semakin tinggi keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.
2. *Brand Image* pada Rumah Makan Mulyasari Ciamis termasuk dalam kategori baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa *Brand Image* memiliki hubungan yang sangat kuat serta berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek yang positif mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan sehingga mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.
3. *Repurchase Intention* pelanggan Rumah Makan Mulyasari Ciamis termasuk dalam kategori baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Experience* dan *Brand Image* secara simultan memiliki hubungan yang sangat kuat serta berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Rumah Makan Mulyasari Ciamis perlu meningkatkan customer experience, terutama indikator *act*. Yang memperoleh skor terendah, Perusahaan diharapkan meningkatkan kecepatan dan ketepatan pelayanan, mempertahankan keramahan karyawan, menjaga kebersihan dan kenyamanan fasilitas seperti saung, area makan, toilet, mushola, dan area parkir, serta melakukan inovasi menu sesuai dengan selera pelanggan, kritik dan saran yang diberikan pelanggan sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki kualitas pelayanan sehingga pelanggan memperoleh pengalaman yang lebih berkesan dan mendorong kembali melakukan pembelian.
2. Rumah Makan Mulyasari Ciamis perlu meningkatkan brand image, terutama pada indikator terendah yaitu citra pemakai. Perusahaan diharapkan lebih aktif membangun citra positif melalui media sosial, dengan menampilkan kualitas makanan, suasana rumah makan serta testimoni pelanggan. Selain itu, Perusahaan perlu mempertahankan konsistensi kualitas produk dan pelayanan agar Rumah Makan Mulyasari semakin dikenal sebagai Rumah Makan yang memiliki kualitas dan pelayanan yang baik sehingga mampu mempertahankan pelanggan. dan pelayanan agar citra positif yang telah terbentuk tetap terjaga.

3. Rumah Makan Mulyasari Ciamis perlu meningkatkan *Repurchase Intention* terutama niat membeli ulang di tempat yang sama yang memperoleh skor terendah. Perusahaan diharapkan dapat mempertahankan konsistensi kualitas makanan dan minuman, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memastikan pelanggan memperoleh pengalaman yang memuaskan pada setiap kunjungan. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga mendorong mereka untuk Kembali melakukan pembelian di Rumah Makan Mulyasari.
4. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengembangkan penelitian *Repurchase Intention*. Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi repurchase intention, seperti kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan, promosi, atau kualitas produk, serta menggunakan objek penelitian yang berbeda dan jumlah sampel yang lebih luas sehingga hasil penelitian yang lebih komprehensif.