

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

Berlandaskan hasil penelitian terhadap 100 responden yang merupakan konsumen Mitsu Café di Kota Semarang, maka kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan kategorisasi variabel *self congruity* dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengategorikan variabel *self congruity* pada kategori sangat baik. Responden merasakan citra yang dimiliki Mitsu Café konsisten dengan citra diri konsumen, sesuai dengan kepribadian diri konsumen, dapat merefleksikan citra diri yang diinginkan konsumen, dan konsisten dengan citra sosial yang diharapkan. citra yang dimiliki. Responden merasa bahwa Mitsu Café konsisten menciptakan pengalaman yang sesuai dengan preferensi, nilai, dan gaya hidup konsumen.
2. Berdasarkan kategorisasi variabel *functional congruity* dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengategorikan variabel *functional congruity* pada kategori sangat baik. Responden menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Mitsu Café sudah memuaskan, harga makanan yang masih dapat dijangkau mahasiswa, suasana yang bersih dan nyaman, serta memiliki karyawan yang ramah dan aktif.
3. Berdasarkan kategorisasi variabel *repurchase intention* dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengategorikan variabel *repurchase intention* pada kategori sangat baik. Responden menyatakan bahwa responden merasa

puas dengan produk dan layanan Mitsu Café sehingga responden akan selalu melakukan pembelian ulang produk di Mitsu Café.

4. Variabel *self congruity* yang disediakan Mitsu Café memberikan pengaruh positif dan signifikan pada *repurchase intention*. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner penelitian oleh responden, beberapa alasan yang diberikan adalah Mitsu Café konsisten menciptakan pengalaman yang sesuai dengan preferensi, nilai, dan gaya hidup konsumen.
5. Variabel *functional congruity* yang disediakan Mitsu Café memberikan pengaruh positif dan signifikan pada *repurchase intention*. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner penelitian oleh responden, beberapa alasan yang diberikan adalah harga yang masih terjangkau dengan kualitas yang baik, suasana café yang nyaman, dan juga pelayanan yang memuaskan sehingga membuat konsumen ingin melakukan pembelian ulang produk di Mitsu Café.
6. Variabel *self congruity* yang disediakan Mitsu Café melalui *gender* memberikan pengaruh yang tidak signifikan pada *repurchase intention*. Sehingga dapat diartikan bahwa perbedaan gender tidak berpengaruh signifikan terhadap *self congruity* dan *repurchase intention*.
7. Variabel *functional congruity* yang disediakan Mitsu Café melalui *gender* memberikan pengaruh positif dan signifikan pada *repurchase intention*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kebutuhan dan keinginan konsumen berkaitan erat dengan jenis kelamin.

## 4.2 Saran

Bersumber pada hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, peneliti memiliki saran yang dapat digunakan sebagai masukan untuk mengatasi masalah tersebut, antara lain:

1. Masih terdapat beberapa item pertanyaan dengan skor di bawah rata-rata pada variabel *self congruity*, yaitu yang pertama mengenai apakah Mitsu Cafe memiliki citra diri yang konsisten dengan citra diri konsumen, oleh karena itu Mitsu Cafe diharapkan dapat meningkatkan *self congruity* dengan terus membentuk citra yang konsisten dengan citra diri konsumen, dengan terus konsisten terhadap konsep dan nilai yang dimiliki oleh Mitsu Cafe. Item dibawah rata-rata yang kedua mengenai apakah Mitsu Cafe dapat merefleksikan citra diri yang diinginkan konsumen, oleh karena itu Mitsu Cafe diharapkan dapat memberikan konsep yang lebih *fresh* dan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga dapat lebih menarik perhatian konsumen.
2. Masih terdapat beberapa item pertanyaan dengan skor di bawah rata-rata pada variabel *functional congruity*, yang pertama pada indikator kualitas dimana pada item pertanyaan apakah kualitas yang dimiliki oleh Mitsu Cafe sudah baik, oleh karena itu Mitsu cafe diharapkan dapat meningkatkan kualitas Mitsu Café, item pertanyaan apakah kualitas Mitsu Cafe konsisten dan terus menerus mengalami peningkatan, oleh karena itu Mitsu Cafe diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas secara konsisten, dan pada item pertanyaan apakah kualitas Mitsu Cafe sudah sesuai dengan yang diharapkan konsumen, oleh karena itu Mitsu Cafe diharapkan dapat selalu

menerima kritik dan saran dari konsumen sehingga dapat memenuhi kualitas sesuai dengan harapan konsumen. Yang kedua pada indikator harga masih ditemukan item pertanyaan dengan skor dibawah rata-rata yaitu pada item pertanyaan apakah harga produk yang ditawarkan Mitsu Cafe masih cukup terjangkau, oleh karena itu Mitsu Cafe diharapkan dapat membuat perkiraan harga jual yang menarik terutama untuk mahasiswa, item pertanyaan apakah harga yang ditawarkan Mitsu Cafe sesuai dengan kualitas yang dimiliki oleh produk, oleh karena itu Mitsu Cafe diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas dan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dimiliki, dan pada item pertanyaan apakah harga yang ditawarkan oleh Mitsu Cafe sudah sesuai dengan harga yang diharapkan konsumen, oleh karena itu Mitsu Cafe diharapkan dapat selalu menerima masukan terkait harapan konsumen terutama terkait harga jual. Yang ketiga pada indikator atmosfer masih ditemukan item pertanyaan dengan skor dibawah rata-rata yaitu pada item pertanyaan apakah suasana yang dimiliki Mitsu Cafe sudah sesuai dengan suasana yang diharapkan, oleh karena itu Mitsu Cafe diharapkan dapat meningkatkan suasana dan fasilitas yang nyaman sehingga dapat memenuhi harapan konsumen, serta pada indikator kinerja masih ditemukan item pertanyaan dengan skor dibawah rata-rata yaitu pada item pertanyaan apakah kinerja oleh karyawan pada Mitsu Cafe sudah sesuai SOP, oleh karena itu diharapkan Mitsu Cafe dapat meningkatkan pelayanan dan SOP pekerja Mitsu Cafe.

3. Masih terdapat beberapa item pertanyaan dengan skor di bawah rata-rata pada variabel *repurchase intention*, yang pertama pada indikator nilai

referensial pada item pertanyaan akan merekomendasikan Mitsu Cafe terhadap orang lain, oleh karena itu Mitsu Cafe diharapkan dapat meningkatkan kualitas mutu serta harga yang menarik sehingga konsumen merekomendasikan Mitsu Cafe terhadap orang lain, item pertanyaan membagikan momen saat di mitsu Cafe pada media sosial pribadi, oleh karena itu Mitsu Cafe diharapkan dapat memberikan promo atau penawaran yang menarik bagi konsumen yang membagikan momennya di Mitsu Cafe sehingga konsumen merasa tertarik untuk membagikan momen di Mitsu Cafe pada media sosial pribadinya, item pertanyaan memberikan rating yang baik pada Mitsu Cafe di media sosial, oleh karena itu Mitsu Cafe diharapkan senantiasa meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya sehingga konsumen senantiasa memberikan rating yang baik terhadap Mitsu Cafe di media sosial. Yang kedua pada indikator nilai preferensial masih ditemukan item pertanyaan dengan skor dibawah rata-rata yaitu pada item pertanyaan akan menjadikan Mitsu Cafe sebagai pilihan utama saat ingin nongkrong di cafe bersama teman atau keluarga, oleh karena itu Mitsu Cafe diharapkan dapat memaksimalkan fasilitas cafe terutama seperti parkir dan juga wifi agar konsumen menjadikan Mitsu Cafe sebagai cafe pilihan pertama. Yang ketiga pada indikator nilai eksploratif masih ditemukan item pertanyaan dengan skor dibawah rata-rata yaitu pada item pertanyaan selalu mencari tau event apa saja yang akan dilaksanakan di Mitsu Cafe, oleh karena itu Mitsu Cafe diharapkan untuk terus berinovasi dengan membuat acara event yang dapat menarik perhatian konsumen, dan pada item pertanyaan selalu mencari tau informasi terkait produk baru yang ada di

Mitsu Cafe, oleh karena itu Mitsu Cafe diharapkan dapat senantiasa terus melakukan inovasi menu dan membuat konten terkait menu tersebut dengan menarik.

4. Variabel dalam penelitian ini dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya namun dapat menguji variabel dalam objek penelitian yang berbeda dengan penelitian ini. Dapat juga dengan menambahkan variabel moderasi lain seperti usia dan pekerjaan.