

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa:

1. *Customer Experience* berkontribusi terhadap *Repurchase Intention* pada *customer* CGV di Surabaya. Dengan kontribusi tertinggi dari segi *environment*, yaitu *customer* merasa nyaman ketika berada di lingkungan CGV. Hal ini menunjukkan bahwa semakin *customer* merasakan pengalaman yang baik di Bioskop CGV, maka semakin tinggi juga niat untuk membeli ulang tiket CGV di kemudian hari.
2. *Brand Trust* tidak berkontribusi terhadap *Repurchase Intention* pada *customer* CGV di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun rasa percaya *customer* terhadap Bioskop CGV sangat tinggi, namun masih belum mampu berkontribusi secara langsung niat untuk membeli ulang tiket CGV di kemudian hari.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian maka peneliti memberikan beberapa saran yang bisa dijadikan pertimbangan, antara lain:

1. *Customer Experience* memberikan kontribusi tinggi terhadap *Repurchase Intention*, terutama pada segi *environment*. Maka disarankan kepada CGV untuk tetap menjaga kualitas lingkungannya seperti suasana dan fasilitas agar dapat meningkatkan *Repurchase Intention customer* CGV di masa yang akan

datang.

2. *Brand Trust* tidak berkontribusi terhadap *Repurchase Intention*. Walaupun tidak berkontribusi secara langsung, *review customer* dapat menjadi pertimbangan *customer* lainnya untuk melakukan pembelian ulang tiket nonton bioskop CGV.
3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan menambahkan atau menggunakan variabel yang lebih beragam. Penelitian selanjutnya juga dapat mempertimbangkan pada peningkatan jumlah sampel untuk meningkatkan akurasi prediksi model riset dan melakukan penelitian berdasarkan fenomena yang ada dengan lebih memperhatikan keadaan ekonomi maupun sosial di suatu daerah.