

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah ditemukan dalam penelitian di lapangan dan setelah diolah dengan menggunakan SPSS tentang analisis *customer experience* dan *service quality* terhadap minat beli ulang jasa hiburan pada Bioskop BES Cinema Pangkalpinang, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil deskriptif pada setiap indikator, variabel *customer experience*, *service quality* dan minat beli ulang masuk dalam kategori penilaian tinggi. Hal ini berdasarkan nilai yang diperoleh skor rata-rata yang dihasilkan variabel *customer experience* dengan dimensi *sense experience* sebesar 3,94, dimensi *feel experience* sebesar 3,89, dimensi *think experience* sebesar 3,91, *act experience* sebesar 3,92 dan *relate experience* sebesar 3,87 serta skor rata-rata yang dihasilkan variabel *service quality* dengan dimensi *reability* sebesar 3,92, *responsiviness* sebesar 3,91, *assurance* sebesar 3,94, *empathy* sebesar 3,93 dan *tangibels* sebesar 3,85 dan skor rata-rata variabel minat beli ulang adalah sebesar 3,81.
2. Variabel *customer experince* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Bioskop BES Cinema pangkalpinang. Dari hasil penelitian uji parsial diperoleh t_{hitung} untuk *customer experience* sebesar 17,750 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.965942 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05, sehingga variabel *customer*

experience secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Bioskop BES Cinema pangkalpinang.

3. Variabel *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Bioskop BES Cinema pangkalpinang. Dari hasil penelitian uji parsial diperoleh t_{hitung} untuk *service quality* sebesar 114,335 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.965942 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05, sehingga variabel *service quality* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Bioskop BES Cinema Pangkalpinang.
4. disimpulkan bahwa dengan variabel *customer experience* dan *service quality* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat beli ulang dan mampu mendukung minat beli ulang pada Bioskop BES Cinema Pangkalpinang. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan angka *R Square* 0,723 atau 72,3% yakni berarti variasi variabel minat beli ulang dapat dijelaskan oleh variabel *customer experience* dan *service quality*, sisanya 27,7% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian. Hal ini dapat menunjukkan bahwa variabel *customer experience* dan *service quality* berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli ulang Berdasarkan koefisien determinasi dan uji F tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan hipotesis 4 (H_4) diterima.
5. Berdasarkan hasil uji *independent t-test* berdasarkan jenis kelamin pada variabel *customer experience* menunjukkan bahwa nilai *sig(2-tailed)* sebesar 0,61 bahwasanya tidak terdapat terjadinya perbedaan antara jenis kelamin

wanita dengan jenis kelamin laki-laki. Berdasarkan hasil uji *independent t-test* berdasarkan jenis kelamin pada variabel *service quality* nilai *sig(2-tailed)* sebesar 0,85 bahwasanya tidak terdapat perbedaan antara jenis kelamin wanita dengan jenis kelamin laki-laki pada *service quality*.

5.2 Saran

Hasil dari mempelajari dan menganalisa fenomena yang ada pada Bioskop BES Cinema Pangkalpinang, maka peneliti memberikan beberapa saran dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Saran untuk penelitian selanjutnya

Bagi penelitian mendatang, hendaknya penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan menggunakan instrumen penelitian lebih diperdalam dan dikembangkan lagi serta untuk menambahkan beberapa pilihan variabel pendukung seperti kualitas film ataupun promosi yang mempengaruhi terhadap minat beli ulang, sehingga kemampuan mengukurnya lebih baik serta dapat mengkaji lebih dalam mengenai masalah dalam penelitian ini, dengan objek yang berbeda serta pertanyaan yang berbeda pada item-item kuesioner dan Bagi penelitian mendatang khususnya yang akan meneliti tentang keputusan pembelian penulis berharap agar penulis selanjutnya lebih mengkaji mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian dalam suatu kafe, rumah makan/restoran, distro dll, terutama faktor-faktor yang belum diteliti dalam penelitian ini. Selain itu bagi penelitian mendatang hendaknya sampel dan daerah penelitian lebih diperluas lagi atau dapat mencari objek penelitian yang belum pernah diteliti

sebelumnya untuk menghindari plagiasi dan penelitian mendatang dapat menambah variabel lain yang masih jarang diteliti sebelumnya sebagai faktor-faktor dalam Minat beli ulang.

2. Saran yang ditujukan untuk Bioskop BES Cinema Pangkalpinang

Customer Experience, Service Quality dan Minat beli ulang sudah cukup baik akan tetapi diharapkan terus ditingkatkan agar lebih mudah dalam mencapai tujuan dan memajukan usaha pada Bioskop BES Cinema Pangkalpinang yang lebih baik agar Bioskop BES Cinema terus berkembang. Adapun saran tersebut antara lain :

- a. Bioskop BES Cinema pangkalpinang harus memperhatikan semua kelima dimensi *customer experience* yang mempengaruhi dalam meningkatkan minat beli ulang Bioskop BES Cinema Pangkalpinang. Pertama ada dimensi *sense experience* yang dinilai mampu mempengaruhi minat beli ulang. Bioskop BES Cinema Pangkalpinang harus memperhatikan kembali pada kualitas suara saat film diputar berlangsung agar penonton merasa puas dengan kualitas suara yang jelas dan baik untuk telinga para penonton. Kedua ada *feel experience* karena juga dinilai mampu mempengaruhi minat beli ulang. Maka Bioskop BES Cinema Pangkalpinang harus memperhatikan kembali pada setiap informasi yang diberikan oleh pihak bioskop kepada para penonton, karena setiap informasi mengenai apapun tentang film maupun Bioskop merupakan faktor yang positif yang akan diterima oleh pihak bioskop. Ketiga ada *think experience* yang juga merupakan dinilai mampu mempengaruhi minat beli ulang. Bioskop BES Cinema Pangkalpinang harus

memperhatikan dan meningkatkan akan kerjasama studio bioskop dengan perusahaan ojek online agar membantu penonton untuk lebih mudah dalam membeli tiket tanpa harus mengantri. Keempat ada *act experience* yang dinilai mampu mempengaruhi minat beli ulang. Bioskop BES Cinema Pangkalpinang harus memperhatikan kembali untuk mencari solusi atau alternatif tambahan untuk melepaskan penat ataupun stres yang dialami penonton bukan hanya melalui dengan menonton film bioskop. Dan terakhir ada *relate experience* yang dinilai mampu mempengaruhi minat beli ulang. Bioskop BES Cinema Pangkalpinang juga harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi *relate experience*, hal tersebut dapat dilakukan dengan lebih memperhatikan menjaga hubungan baik dengan para penonton dikarenakan menjaga hubungan baik dengan para penonton akan berdampak pada meningkatnya *customer experience* dan akan meningkatkan minat beli ulang dari para penonton pada Bioskop BES Cinema Pangkalpinang.

- b. Bioskop BES Cinema pangkalpinang juga harus memperhatikan semua kelima dimensi *service quality* yang mempengaruhi dalam meningkatkan minat beli ulang Bioskop BES Cinema Pangkalpinang. Pertama ada dimensi *reliability* dimana bioskop harus memperhatikan kembali para karyawan atau pegawai dalam memberikan pelayanan yang tepat dalam pembelian tiket studio para penonton. Kedua ada dimensi *responsiviness* karena dinilai mampu mempengaruhi minat beli ulang. Maka Bioskop BES Cinema Pangkalpinang harus bersedia memperhatikan kembali para

pegawai atau karyawan untuk lebih bersedia atau lebih tanggap dalam memberikan pelayanan pada penonton dalam membeli tiket film bioskop. Ketiga ada dimensi *assurance* karena dinilai mampu mempengaruhi minat beli ulang. Bioskop BES Cinema Pangkalpinang harus bersedia memperhatikan kembali para pegawai atau karyawan untuk lebih terampil atau cekatan dalam memberikan pelayanan pada penonton dalam membeli tiket film bioskop. Kemudian selanjutnya keempat ada dimensi *empathy* karena dinilai mampu mempengaruhi minat beli ulang. Bioskop BES Cinema Pangkalpinang juga harus bersedia memberikan perhatian dan melayani yang lebih tulus serta lebih peka, tulus dan sabar terhadap kemauan penonton akan fasilitas dan pelayanan pada Bioskop Bes Cinema. dan terakhir kelima untuk dimensi *tangibles* karena dinilai mampu mempengaruhi minat beli ulang. Bioskop BES Cinema Pangkalpinang juga harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, hal tersebut dapat dilakukan dengan lebih memperhatikan pada fasilitas mengenai keadaan kursi tunggu yang kurang nyaman dan kurang bersih yang ditawarkan oleh Bioskop BES Cinema Pangkalpinang, jika Bioskop BES Cinema lebih memperhatikan tentang kebersihan pada kondisi fasilitas kursi tunggu akan berdampak pada penonton yang merasa nyaman dan puas serta membuat dampak positif pada minat beli ulang Bioskop BES Cinema Pangkalpinang.