**BAB V**

**PENUTUP**

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh *store atmosphere*, *lifestyle* dan *product variety* terhadap repurchase intention pada *Coffe Shop* Heika Kopi Surakarta yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Store Atmosphere* (suasana toko) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* pada *Coffe Shop* Heika Kopi Surakarta.
2. *Lifestyle* (gaya hidup) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Repurchase Intention* pada *Coffe Shop* Heika Kopi Surakarta.
3. *Product Variety* (variasi produk) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* pada *Coffe Shop* Heika Kopi Surakarta.
4. Hasil perhitungan diperoleh Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2) adalah sebesar 0,518 yang artinya sebesar 51,8% *repurchase intention* dipengaruhi oleh *store atmosphere*, *lifestyle* dan *product variety*, secara parsial terdapat variabel yang berpengaruh negatif terhadap *repurchase intention*. sedangkan sisanya 48,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.
5. **Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Owner Heika Kopi
2. Saran pada owner Heika Kopi, terhadap variabel *store atmosphere* selalu menjaga suasana toko agar konsumen selalu merasa nyaman ketika berkunjung di Heika Kopi Surakarta.
3. Pada variabel *lifestyle*, diharap owner Heika Kopi lebih memperhatikan *lifestyle* untuk menambah kesan menarik konsumen, agar *lifestyle* menjadi faktor yang mempengaruhi *repurchase intentio*n *Coffe Shop* Heika Kopi.
4. Pada variabel *product variety*, diharapkan owner Heika Kopi lebih memperhatikan varian menu apa saja yang diinginkan konsumen yang tidak tersedia untuk dikeluarga menu terbaru.
5. Bagi Peneliti Selanjutnya
6. Disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk menambah variabel yang diteliti selain variabel *store atmosphere, lifestyle* dan *product variety* dalam mempengaruhi *repurchase intention*.
7. Disarankan untuk peneliti memperhatikan variabel lifestyle, hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi bahwa variabel *lifestyle* masih begitu rendah.