

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Cita Rasa (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Keputusan *Repurchase* (Y) Produk Minuman Mao-mao Pada Mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Hal tersebut dibuktikan pada tabel nilai t hitung untuk variabel cita rasa sebesar 4.574 sedangkan nilai t tabel sebesar 1.662. Maka, diketahui $t_{hitung} (4.574) > t_{tabel} (1.662)$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Oleh karena itu, secara parsial.
2. Variabel Harga (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Keputusan *Repurchase* (Y) Produk Minuman Mao-mao Pada Mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Hal tersebut dibuktikan pada tabel nilai t hitung untuk variabel harga sebesar 5.098 sedangkan nilai t tabel sebesar 1.662. Maka, diketahui $t_{hitung} (5.098) > t_{tabel} (1.662)$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$.
3. Variabel Variasi Menu (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Keputusan *Repurchase* (Y) Produk Minuman Mao-mao Pada Mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Hal tersebut dibuktikan pada tabel nilai t hitung untuk variabel variasi menu sebesar 2.306 sedangkan nilai t tabel sebesar 1.662. Maka, diketahui $t_{hitung} (2.306) > t_{tabel} (1.662)$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$.
4. Variabel Cita Rasa (X1), Harga (X2) dan Variasi Menu (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Keputusan *Repurchase* (Y) Produk Minuman Mao-mao Pada Mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Hal tersebut dibuktikan dalam nilai signifikansi pada uji f yaitu $0.000 < 0.05$. selain itu, dihasilkan nilai $F_{hitung} 25.980$ yang mana $>$ nilai F tabel yaitu 2.70.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka saran yang dapat dipertimbangkan sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti atau menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian ulang (*repurchase*) dengan subjek atau latar belakang penelitian yang berbeda serta memuat presentase yang besar agar memperoleh hasil yang lebih baik.
2. Untuk mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon agar membeli produk minuman sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan yang bisa terjangkau dengan harga yang ekonomis dari pribadi dan kedepannya agar bisa membeli produk minuman tersebut secara berulang.
3. Diharapkan penelitian ini dapat membantu bisnis minuman mao-mao dalam pengembangan usaha terkait dengan cita rasa, harga dan variasi menu. Serta menjadikan penelitian ini sebagai evaluasi serta pertimbangan dalam mengatasi masalah yang terkait dengan minat beli ulang konsumen dan menjadikan penelitian ini sebagai sarana untuk mengembangkan bisnisnya lebih baik lagi dan lebih menguntungkan.

