

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, hipotesis, dan temuan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian yang berjudul "*Pengaruh Cita Rasa dan Inovasi BitterSweet Chocolate Terhadap Keputusan Pembelian Kembali di Simetri Coffee Roasters Bekasi*" memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Berdasarkan data yang terkumpul dan pengujian yang dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel cita rasa menghasilkan  $t$  hitung sebesar 0,083 sedangkan  $t$  tabel 3.090. artinya tidak adanya pengaruh antara variabel cita rasa ( $X_1$ ) terhadap pembelian kembali ( $Y$ ) sehingga  $H_1$  di tolak.
2. Hipotesis  $H_2$  diterima, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Inovasi Produk ( $X_2$ ) terhadap Pembelian Kembali ( $Y$ ) di Simetri Coffee Roasters Bekasi.
3. Hipotesis  $H_3$  diterima, dimana Cita Rasa ( $X_1$ ) dan Inovasi Produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap pembelian kembali ( $Y$ ) di Simetri Coffee Roasters Bekasi.
4. R Square sebesar 69,4% berarti kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen adalah sebesar 69,4% sedangkan sisanya adalah 30,6% yang dipengaruhi oleh faktor lain.

### B. Saran

Setelah melakukan analisis dari pengaruh Cita Rasa dan Inovasi BitterSweet Chocolate Terhadap Pembelian Kembali di Simetri Coffee Roasters Bekasi, maka peneliti memiliki beberapa saran yang dapat digunakan sebagai referensi baik untuk objek penelti, penelitian kedepannya dan studi yang berkaitan dengan variable penenlitian yang diambil. Saran yang diberikan penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi pihak Simetri Coffee Roasters Bekasi, hendaknya berupaya meningkatkan Cita Rasa agar lebih meningkatnya juga inovasi produk, sehingga dengan lebih memperhatikan kualitas produknya diharapkan cita rasa dari produk yang baik

akan dapat meningkatkan pembelian kembali sehingga memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber data dan referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya penelitian dengan variabel pembelian kembali berdasarkan informasi yang lebih lengkap.

