

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh keragaman produk, suasana cafe dan *word of mouth* terhadap minat beli ulang konsumen VJO Cafe Kudus. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan analisis regresi berganda maka ditarik beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Keragaman produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen VJO Cafe Kudus. Hal ini didasari pada hasil uji t terhadap variabel keragaman produk diperoleh nilai t hitung sebesar 2,820 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,002. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap minat beli ulang.
2. Suasana cafe berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen VJO Cafe Kudus. Hal ini didasari pada hasil uji t terhadap variabel keragaman produk diperoleh nilai t hitung sebesar 4,472 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa suasana cafe berpengaruh terhadap minat beli ulang.
3. *Word of mouth* berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen VJO Cafe Kudus. Hal ini didasari pada hasil uji t terhadap variabel keragaman produk diperoleh nilai t hitung sebesar 2,073 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,042. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *word of mouth* berpengaruh terhadap minat beli ulang.

### B. Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan memperluas ruang lingkup peneltian yang disertai dengan populasi dan sampel yang lebih banyak sehingga penelitian ini mampu lebih mewakili keadaan yang sebenarnya.
2. Untuk periode pengamatan hendaknya melakukan penelitian dengan periode yang lebih lama.
3. Pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan alat uji selain regresi berganda.