

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Intensitas interaksi berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di Kirakira Kopi. Hal ini dikarenakan hasil perhitungan dan analisa nilai *P-values* sebesar 0.037 serta *T-Statistics* 2.090 ataupun nilai ini memiliki *P-values* <0.05 serta *T-Statistics* >1,96.
2. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di Kirakira Kopi. Hal ini dikarenakan hasil perhitungan dan analisa nilai *P-values* sebesar 0.035 serta *T-Statistics* 2.119 ataupun nilai ini memiliki *P-values* <0.05 serta *T-Statistics* >1,96.
3. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di Kirakira Kopi. Hal ini dikarenakan hasil perhitungan dan analisa nilai *P-values* sebesar 0.005 serta *T-Statistics* 2.829 ataupun nilai ini memiliki *P-values* <0.05 serta *T-Statistics* >1,96.
4. Pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di Kirakira Kopi. Hal ini dikarenakan hasil perhitungan dan analisa nilai *P-values* sebesar 0.000 serta *T-Statistics* 3.983 ataupun nilai ini memiliki *P-values* <0.05 serta *T-Statistics* >1,96.
5. Pengendalian perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di Kirakira Kopi. Hal ini dikarenakan hasil perhitungan dan analisa nilai *P-values* sebesar 0.030 serta *T-Statistics* 2.181 ataupun nilai ini memiliki *P-values* <0.05 serta *T-Statistics* >1,96.

5.2 Saran

Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil Uji koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R square sebesar 0,685 atau sebesar 68,5% menunjukkan bahwa nilai minat beli ulang dipengaruhi oleh variabel Intensitas interaksi, kepuasan konsumen, kepercayaan, pengaruh sosial, dan pengendalian Perilaku. Sedangkan sisanya 31,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar pada model penelitian, sehingga untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel eksogen penelitian. Hal ini dimungkinkan akan memberikan hasil perbandingan model dari penelitian yang sebelumnya.