

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut

1. Cita rasa, variasi produk, dan harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *snack* Ti-Vario di *outlet* CV Agung Sari Utama Kota Bekasi,
2. Cita rasa, variasi produk, dan harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk *snack* Ti-Vario di *outlet* CV Agung Sari Utama Kota Bekasi,
3. Keputusan pembelian terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen pada produk *snack* Ti-Vario di *outlet* CV Agung Sari Utama Kota Bekasi, dan
4. Keputusan pembelian terbukti berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi pengaruh cita rasa, variasi produk, dan harga terhadap minat beli ulang *snack* Ti-Vario di *outlet* CV Agung Sari Utama Kota Bekasi.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut

1. Manajemen CV Agung Sari Utama disarankan menjaga dan meningkatkan kualitas cita rasa *snack* Ti-Vario secara konsisten karena berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian dan minat beli ulang. Perusahaan juga perlu terus mengembangkan variasi produk sesuai preferensi konsumen serta mengelola harga secara cermat agar tetap sebanding dengan kualitas, terjangkau, dan stabil guna mempertahankan persepsi nilai yang positif, dan
2. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel seperti kualitas pelayanan, promosi, citra merek, atau kepuasan konsumen agar diperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh, serta memperluas objek, lokasi, dan menggunakan metode campuran (*mixed methods*) guna meningkatkan kedalaman analisis, validitas, dan generalisasi hasil penelitian.