

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang. Artinya dengan memperhatikan cita rasa dengan sangat baik dapat meningkatkan minat beli ulang Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang.
2. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang. Artinya, dengan memperhatikan harga secara sangat baik dapat meningkatkan minat beli ulang Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang.
3. Variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang. Artinya, dengan adanya word of mouth yang sangat baik dari konsumen dapat meningkatkan minat beli ulang Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang.
4. Variabel cita rasa, harga dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang. Artinya, jika cita rasa, harga dan *word of mouth* diperhatikan dengan sangat baik dapat meningkatkan minat beli ulang Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang.

5.2 Saran

Saran yang dapat diusulkan dari penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang lebih memperhatikan cita rasa lagi seperti cocok di makan ketika saat panas.
2. Diharapkan Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang lebih memperhatikan *word of mouth* lagi seperti membeli Soto Sotaysi karena dipengaruhi oleh pengalaman keluarga setelah membeli.
3. Diharapkan Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang lebih memperhatikan minat beli ulang lagi seperti berminat mencari informasi lebih banyak tentang Soto Sotaysi.