BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat beli ulang pada aplikasi mobile Fore Coffee, Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi mobile Fore Coffee
2. Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi mobile Fore Coffee
3. Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi mobile Fore Coffee

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran kepada Fore Coffee, maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menyarankan kepada para Fore Coffee, memperbaiki system aplikasi sehingga mengurangi eror pada saat melakukan pemesanan
2. Menyarankan kepada para Fore Coffee, memperbaiki tampilan menu aplikasi dengan memberikan informasi produk yang dibeli sehingga mempermudah melakukan pemesanan produk

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini menggunakan variabel pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat beli ulang. Untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur menambahkan variabel lain dan menbah jumlah sampel