

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari analisa karakteristik responden mayoritas laki - laki, berusia antara 20 - 30 tahun, dengan tingkat pendapatan Rp.1000.000 – Rp.3.000.000, pendidikan S1, sumber informasi dari internet dan TV, jenis sepatu paling banyak adalah sepatu gaya, dan lama menggunakan lebih dari 1 tahun..
2. Berdasarkan analisis deskriptif diketahui bahwa konsumen memberikan penilaian yang setuju pada desain produk yaitu dengan skor rata – rata sebesar 3,05 masuk kategori setuju, kualitas produk skor rata – rata sebesar 3,02 masuk kategori setuju, citra merek skor rata – rata sebesar 3,00 masuk kategori setuju dan Minat beli dengan rata – rata sebesar 3,07 (setuju).
3. Terdapat pengaruh signifikan antara Desain produk, Kualitas produk, dan Citra merek terhadap Minat beli berdasarkan ;
 - a. Analisis regresi linier berganda

$$Y = 0,779 + 0,368X_1 + 0,177X_2 + 0,272X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa variabel desain produk berpengaruh positif sebesar 0,368, Kualitas produk berpengaruh positif sebesar 0,177, dan citra merek berpengaruh positif sebesar 0,272.

- b. Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi berganda (R) menunjukkan hasil sebesar 0,748. Nilai ini cenderung mendekati angka 1 sehingga dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel Desain produk, Kualitas produk, dan Citra merek dengan Minat beli pada produk sepatu merk Converse. Artinya bahwa secara rata-rata setiap terjadi peningkatan pada Desain produk, Kualitas produk, dan Citra merek maka Minat beli konsumen akan semakin meningkat.
- c. Hasil koefisien determinasi berganda diketahui besarnya koefisien determinasi (adj.R^2) = 0,546 yang menunjukkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi minat beli sebesar 54,6% sisanya sebesar 45,4% dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak masuk dalam model, misalnya promosi, harga, kualitas pelayanan, dll.
4. Variabel desain produk merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi Minat beli konsumen pada sepatu merk Converse. Hal ini dapat dilihat pada koefisien determinasi parsial (r^2) dari variabel desain produk mempunyai nilai terbesar yaitu sebesar 14,6%. Sedangkan variabel kualitas produk hanya mempengaruhi sebesar 5,5% dan citra merek sebesar 14,1%.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil temuan menunjukkan bahwa ada pengaruh desain produk, kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli, maka langkah yang dilakukan oleh produsen sepatu merk Converse adalah sebagai berikut :

Meningkatkan variabel desain produk, karena terbukti paling berpengaruh terhadap Minat beli konsumen. Hendaknya sepatu merk Converse meningkatkan indikator yang paling rendah yaitu item memiliki macam pilihan warna. Sebaiknya dalam membuat desain produk khususnya warna disesuaikan dengan segmen kelompok masing-masing konsumen, sehingga warna yang ditawarkan sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen. Misalnya sepatu kids dan wanita sebaiknya menggunakan warna yang cerah dan lebih mencolok, sedangkan sepatu untuk laki - laki sebaiknya menggunakan warna yang lebih natural atau soft.