

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

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

1. Hasil uji hipotesis secara parsial uji t menunjukkan bahwa desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek untuk menarik minat beli pada konsumen sepatu Adidas Original masyarakat di Rantauprapat dengan hasil yang diperoleh nilai t_{hitung} ($1,750 > 0,230$), pada taraf signifikan $0,000 < 0,05$, dengan begitu Hipotesis diterima.
2. Hasil uji hipotesis secara parsial uji t menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek untuk menarik minat beli pada konsumen sepatu Adidas Original masyarakat di Rantauprapat dengan hasil yang diperoleh t_{hitung} ($1,305 > 0,230$), pada taraf signifikan $0,001 < 0,05$, dengan begitu Hipotesis diterima.
3. Hasil uji hipotesis secara parsial uji t menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek untuk menarik minat belipada konsumen sepatu Adidas Original masyarakat di Rantauprapat dengan hasil yang diperoleh nilai t_{hitung} ($0,704 > 0,230$), pada taraf signifikan $0,001 < 0,05$, dengan begitu Hipotesis diterima.
4. Hasil uji hipotesis secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa desain produk, persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan

signifikan dengan diperoleh hasil nilai $F_{hitung} (8,730) > F_{tabel} (2,75)$ pada taraf signifikan $0,00 < 0,05$ terhadap citra merek untuk menarik minat beli pada konsumen sepatu Adidas Original masyarakat di Rantauprapat.

5. Nilai Adjusted R Square menunjukkan terhadap citra merek untuk menarik minat beli pada konsumen sepatu Adidas Original masyarakat di Rantauprapat mampu dipengaruhi oleh desain produk, persepsi harga dan kualitas produk sebesar 30,4%, sedangkan sisanya sebesar 69,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

1.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Perusahaan harus mampu memahami bagaimana suasana kondusif desain produk sekitar yang dapat memberikan pengaruh citra merek untuk menarik minat beli pada konsumen sepatu Adidas Original masyarakat di Rantauprapat.
2. Perusahaan harus lebih memperhitungkan persepsi harga yang dapat menarik para konsumen agar konsumen sepatu Adidas Original masyarakat di Rantauprapat mengalami peningkatan karena dengan adanya persepsi harga ringan maka aspek tersebut dapat memberikan pengaruh dalam meningkatkan citra merek untuk menarik minat beli pada konsumen sepatu Adidas Original masyarakat di Rantauprapat.

3. Perusahaan harus mempertahankan kualitas produk yang sudah baik agar citra merek meningkatkan minat beli yang lebih tinggi karena kualitas produk yang baik.
4. Perusahaan untuk pengembangan sistem perusahaan ada kalanya meningkatkan pengembangan desain produk, persepsi harga dan kualitas produk untuk menunjang terhadap citra merek untuk menarik minat beli pada konsumen sepatu Adidas Original masyarakat di Rantauprapat agar lebih meningkat.
5. Bagi peneliti selanjutnya yang akan mengkaji lebih dalam pada bidang yang sama agar menambah factor lain seperti distribusi, promosi dan lain sebagainya yang memiliki pengaruh terhadap citra merek sehingga dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan.