

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik simpulan yaitu:

1. Secara parsial merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat thitung untuk variabel merek sebesar 4.176 dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ , yang berarti bahwa Hipotesis 1 yang menyatakan merek berpengaruh terhadap minat beli konsumen Pada Sepatu Olahraga Merek Ardiles Di Toko Utama Shoes dapat diterima.
2. Secara parsial desain berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen thitung untuk variabel desain sebesar 4.978 dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ , yang berarti bahwa Hipotesis 2 yang menyatakan desain berpengaruh terhadap minat beli konsumen Pada Sepatu Olahraga Merek Ardiles Di Toko Utama dapat diterima.

Secara simultan variabel merek dan desain berpengaruh terhadap minat beli konsumen  $F_{hitung}$  sebesar 50.240 yang berarti lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2,73. Dengan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ , yang berarti merek dan desain secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sepatu Olahraga Merek Ardiles Di Toko Utama Shoes. Dengan Nilai Koefisien determinasi ( $R^2$ ) atas Pengaruh Merek Dan Desain

1. Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sepatu Olahraga Merek Ardiles Di Toko Utama Shoes adalah sebesar 58,8%.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk toko utama shoes dan perusahaan sepatu ardiles harus lebih giat lagi untuk memperkenalkan produknya dan berinovasi lagi dari segi merek dan desain agar konsumen lebih meminati sepatu ardiles.
2. Pengaruh dari variabel merek dan desain hanya 58,6% sedangkan sisanya sebesar 41,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Untuk itu bagi peneliti selanjutnya kiranya dapat mengembangkan lagi dan menambahkan beberapa variabel-variabel lain terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat beli.

## DAFTAR PUSTAKA

- AHMAD, Muchtar Ramin. 2014. Atribut Produk Dan Kelompok Referensi Dalam Perspektif Pelanggan Kerajinan Lokal (Karawo)/Oleh Muchtar Ramin Ahmad.—Ed. 1, Cet. 1—Yogyakarta: Deepublish, Oktober 2014
- Akdon, Dan Riduwan, 2013. Rumus Dan Data Dalam Aplikasi Statistik, Bandung: Alfabeta.
- Arista, Elisabeth Desi. 2011. Analisis Pengaruh Iklan, *Brand Trust* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen Telkom Speedy Di Kota Semarang. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program Spss. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip Dan Keller L Kelvin. 2007. Manajemen Pemasaran Edisi Ke 12. Jilid 1 Terjemahan: Benyamin Malon Pt Indeks Kelompok. Jakarta: Gramedia.
- Naufal, Ra. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Produk Dalam Upaya Meningkatkan Daya Beli Membeli Sepeda Motor Suzuki Di Kota Semarang. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Pujadi, Bambang. 2010. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Melalui Sikap Terhadap Merek. Jurnal Penelitian. Universitas Diponegoro.
- Schiffman, Leon G., Kanuk, Leslie Lazar. 2006. Perilaku Konsumen. Edisi Ketujuh. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. 2011. *Metode Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung. Alfabetha.
- ..... 2008. *Metode Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung. Alfabetha.
- ..... 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ke Tujuh, Bandung. Penerbit Cv. Alfabetha.

- Triastuti, R.J., Dkk. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. Di Penogoro Jurnal Of Management.
- Wicaksono, Satria Adhi. 2015. Pengaruh Merek Dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Honda Cs One Pada Dealer 54 Motor Pekalongan. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.