

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan judul “Analisis Desain Produk Dalam Mempengaruhi Minat beli Konsumen”. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan uji F dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Desain produk yang terdiri dari Merek (X1), Kemasan (X2), Label (X3), Pelayanan (X4), Prestisius (X5), Cepat (X6) dan Ikon (X7) berpengaruh secara bersama terhadap minat pembelian konsumen. Dimana diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 2,756. Nilai ini lebih besar dari F tabel ( $2,756 > 2,139$ ) dan nilai sig. F lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) maka hipotesis diterima
2. Dari hasil uji  $t$  parsial dapat disimpulkan bahwa dari variabel Desain produk yang terdiri dari Merek (X1), Kemasan (X2), Label (X3), Pelayanan (X4), Prestisius (X5), Cepat (X6) dan Ikon (X7) ada satu variabel yang berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen yaitu: Variabel Pelayanan (X4) dengan nilai signifikansi 0,000, dari nilai signifikansi tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima.

#### 5.2. Saran

Mempertimbangkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada BAB IV, maka penulis memberikan saran yang mungkin bisa menjadi pertimbangan guna peneliti selanjutnya khususnya dan pihak-pihak terkait pada umumnya.

1. Variabel desain produk yang diteliti berjumlah tujuh variabel dan ada satu variabel yang berpengaruh (secara parsial) signifikan terhadap minat pembelian konsumen. Sehingga untuk peneliti selanjutnya bisa memperbaikinya dengan lebih memperhatikan pengujian kuesioner terlebih dahulu dengan teliti dengan uji validitas maupun reliabilitas.
2. Dari nilai  $R^2$  adjusted = 0,669. Angka ini menunjukkan bahwa variasi nilai variabel Minat Pembelian Konsumen yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang diperoleh sebesar 66,9% sedangkan sisanya yaitu 33,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar persamaan model. Maka peneliti selanjutnya bisa menggali lebih banyak lagi dan menambahkan variabel desain produk yang mempengaruhi dalam minat pembelian konsumen.
3. Untuk judul dengan kajian tema yang sama pada peneliti selanjutnya, peneliti memberikan saran agar lebih memperkaya kajian teori pada umumnya dan khususnya secara integrative dengan kajian Al-Qur'an dan Hadits. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa menyempurnakan dengan menggunakan metode-metode penelitian yang mungkin belum masuk pada penelitian ini.
4. Melihat hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada satu variabel desain produk yang berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen yakni pelayanan. Dari hal tersebut bisa memberikan sebuah *input* bahwa ketika diadakan sebuah peningkatan dari desain produk itu sendiri dalam pelayanannya maka tidak menutup kemungkinan *customer* akan memilih Suzuki sebagai *dealer* pilihan masyarakat.