

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. *Lifestyle* tidak berpengaruh dalam membedakan minat beli ulang dan tidak minat ulang karena nilai sig lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0.378. Hal itu dibuktikan dengan hasil *Test of Equality of Group Means* mendapat nilai Sig. diatas dari 0,05
2. Hasil penelitian melalui analisis diskriminan, di dapat bahwa variabel Inovasi Produk mempengaruhi variabel Minat Beli Ulang dalam membedakan kelompok minat beli ulang dan tidak minat beli ulang Sepatu Compass pada Komunitas Sepatu Compass Indonesia di Media Sosial Facebook. Hal itu dibuktikan dengan hasil *Test of Equality of Group Means* mendapat nilai Sig. Yang kurang dari 0,05.
3. Hasil penelitian melalui analisis diskriminan, di dapat bahwa variabel Kepercayaan mempengaruhi variabel Minat Beli Ulang dalam membedakan

kelompok minat beli ulang dan tidak minat beli ulang Sepatu Compass pada Komunitas Sepatu Compass Indonesia di Media Sosial Facebook. Hal itu dibuktikan dengan hasil *Test of Equality of Group Means* mendapat nilai Sig. Yang kurang dari 0,05. Namun, variabel Kepercayaan yang masuk ke dalam model diskriminan karena nilai korelasinya lebih tinggi dan nilai wilks lambda yang lebih kecil dibanding variabel inovasi produk. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil *Eigenvalues* yang mendapat nilai 0,494

4. Dari 100 responden pada Komunitas Sepatu Compass Indonesia di Media Sosial Facebook terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok responden yang minat beli ulang dan kelompok tidak minat beli ulang. Hal tersebut dibuktikan dengan uji *Wilk's Lambda* yang memiliki nilai sig. Sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel yang paling dominan membedakan diantara dua kelompok pada Komunitas Sepatu Compass Indonesia di Media Sosial Facebook yaitu variabel Kepercayaan. Sedangkan untuk hubungan antara inovasi produk dan kepercayaan terhadap minat beli ulang dikategorikan cukup kuat. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil *Eigenvalues* sebesar 0,494.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan Sepatu Compass dapat meningkatkan inovasi produk yang lebih baik lagi dengan membuat inovasi pada desain sepatu Compass agar konsumen memiliki minat beli ulang yang lebih tinggi. Lalu bagi sepatu Compass sebaiknya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memasarkan sepatu Compass dengan baik, agar konsumen dapat memberikan respon yang lebih baik juga.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk menggunakan variabel dan alat analisis dalam penelitian ini, sebaiknya untuk melakukan penelitian dengan objek yang mudah untuk mendapatkan data sekunder dari objek terkait sehingga data dan jumlah sampel dapat ditentukan dengan mudah.