

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan pada Outlet Adidas Rawamangun maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Dilihat dari uji T, variabel desain produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pembelian sepatu Adidas $T_{hitung} > T_{tabel} = 8,287 > 1,660$. Desain memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat pembelian sepatu Adidas yaitu sebesar 41,2% dan sisanya 58,8% dipengaruhi oleh variabel lain, desain memiliki pengaruh yang positif terhadap minat pembelian yang berarti minat pembelian konsumen akan meningkat apabila desain berjalan dengan baik.
2. Dilihat dari uji T, variabel inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pembelian sepatu Adidas $T_{hitung} > T_{tabel} = 11,034 > 1,660$. Inovasi produk memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat pembelian sepatu Adidas yaitu sebesar 55,4% dan sisanya 44,6% dipengaruhi oleh variabel lain, inovasi produk memiliki pengaruh yang positif terhadap minat pembelian yang berarti minat pembelian konsumen akan meningkat apabila desain berjalan dengan baik.
3. Dilihat dari uji F, variabel desain dan inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pembelian sepatu Adidas $F_{hitung} > F_{tabel} = 66,455 > 3,09$. Desain dan inovasi produk memiliki pengaruh yang kuat

terhadap minat pembelian sepatu Adidas yaitu sebesar 57,8% dan sisanya 42,2% dipengaruhi oleh variabel lain, desain dan inovasi produk memiliki pengaruh yang positif terhadap minat pembelian yang berarti minat pembelian konsumen akan meningkat apabila desain dan inovasi berjalan dengan baik.

1.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk outlet Adidas adalah :

1. Desain produk memiliki pengaruh yang kuat dalam minat pembelian hendaknya Adidas terus mengembangkan desainnya dan memperbaiki desain nya seperti memberikan penambahan warna yang lebih banyak dan perbaikan tampilan agar lebih menarik sehingga keunggulan dari Adidas membuat konsumen tertarik untuk membeli sepatu Adidas.
2. Inovasi produk memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat pembelian sepatu Adidas, Perusahaan perlu mempertahankan inovasi dan mengembangkannya. Untuk meningkatkan lagi minat pembelian melalui strategi inovasi produk agar terlihat lebih menarik, dan juga intensitas inovasi produk kepada konsmen ditingkatkan.
3. Dalam menerapkan desain dan inovasi produk untuk meningkatkan minat pembelian konsumen Adidas, hendaknya Adidas lebih meningkatkan desain dan inovasinya sehingga Adidas terus berkembang dan selalu mengeluarkan produk yang diinginkan

konsumen dan lebih *uptodate* terhadap model dan inovasinya sehingga konsumen merasa tertarik untuk membeli produk Adidas karena semakin baik desain dan inovasi produk maka akan berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

