

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian statistik, menunjukkan nilai variable independent dengan persamaan regresi  $Y = 1,538 + 0,694 X_1$  yang artinya bahwa tingkat kenaikan variabel desain produk (X) berbanding lurus terhadap tingkat kenaikan nilai minat pembelian (Y), dapat diketahui pula bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) kolom *R Square* memiliki nilai sebesar 0,886 yang berarti bahwa sebesar 88,6% minat pembelian dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel desain produk sedangkan sisanya yaitu sebesar 11,4% dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dan dijelaskan hasil perhitungan uji hipotesis diperoleh hasil  $t_{hitung} = 27,583 > t_{tabel} = 1,985$ , pada tingkat signifikan 5%.

#### 5.2 Saran

##### 1) Teoritis

- (1) Peneliti mengharapkan untuk melakukan penelitian tentang topik yang sama tetapi dengan melakukan kajian dari permasalahan yang berbeda dengan menggunakan dimensi dan indikator yang berbeda pula
- (2) Disarankan bagi peneliti lain agar dapat melakukan penelitian lebih mendalam tentang desain produk terhadap minat pembelian dengan menarik indikator yang lebih luas lagi.

##### 2) Praktis

Bagi para subjek yang diteliti yaitu desain produk mempunyai pengaruh positif terhadap minat pembelian. Maka pemilik usaha harus mempertahankan atau

meningkatkan strategi dalam membuat desain produk agar minat pembelian konsumen meningkat.

