

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Kesimpulan penelitian dengan menggunakan *multiple regresion* diketahui bahwa nilai ini lebih besar dari F tabel 2,76 ($16,306 > 2,71$), ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak/ H_a diterima. Artinya : Terdapat pengaruh *Identity Design*, *Brand Trust*, dan *Brand Image* terhadap Minat Beli secara simultan pada batik Royyan Collection.
2. Kesimpulan uji hipotesis partial besarnya t hitung sebesar 2,317. Nilai ini lebih besar dari t tabel 2,000 ($2,317 > 2,000$) ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak/ H_a diterima. Artinya : Terdapat pengaruh *identity design* terhadap minat beli pada batik Royyan Collection.
3. Kesimpulan uji hipotesis partial besarnya t hitung sebesar 2,131. Nilai ini lebih besar dari t tabel 2,000 ($2,131 > 2,000$) ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak/ H_a diterima. Artinya : Terdapat pengaruh *brand trust* terhadap minat beli pada batik Royyan Collection.
4. Kesimpulan uji hipotesis partial besarnya t hitung sebesar 2,729. Nilai ini lebih besar dari t tabel 2,000 ($2,729 > 2,000$) ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak/ H_a diterima. Artinya : Terdapat pengaruh *brand image* terhadap minat beli pada batik Royyan Collection.

5. Kesimpulan pengolahan data dengan menggunakan regresi berganda, dilakukan beberapa tahapan untuk mencari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel bebas pada regresi ini adalah *Identity Design*, *Brand Trust*, *Brand Image* dengan variabel terikatnya adalah Minat Beli. Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah : $Y = 2,418 + 0,219X_1 + 0,290X_2 + 0,325X_3$

B. Saran

Diharapkan pihak perusahaan lebih mampu menggali potensi perusahaan dengan *identity design*, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan produk atau *brand trust* dengan cara memenuhi harapan akan kinerja produk yang baik dan kepuasan konsumen. Disamping tetap harus menjaga mutu sehingga tetap digemari oleh konsumennya dan menjadi *brand image* di benak konsumen. Langkah berikutnya adalah meningkatkan minat beli melalui redefinisi dan pengembangan desain sehingga tercipta produk baru yang lebih mewakili keinginan dan kebutuhan konsumen dengan *brand batik Royyan Collection* sehingga mampu meningkatkan omset perusahaan.