

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan uji Anova nilai F hitung hasil analisis regresi berganda seluruh variabel atribut produk adalah sebesar 495,510 dan signifikansi 0,000. Nilai taraf signifikansi 0,000 di bawah nilai 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas atribut produk berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan beli ulang pada taraf signifikansi 5 %.
2. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi regresi berganda diketahui bahwa variabel bebas Atribut produk terhadap keputusan beli ulang menunjukkan nilai sebesar 0,963, sedangkan koefisien determinasinya menunjukkan nilai sebesar 0,927. Hal ini berarti pengaruh variabel independen (atribut produk) terhadap variabel dependen (niat beli ulang) adalah sebesar 92,7% sedangkan sisanya 7,3 % dipengaruhi oleh variabel lainnya selain variabel atribut produk.

Dengan persamaan regresi yang didapatkan dari hasil analisis adalah

$$Y = 9,871 - 0,470.X_1 - 0,042.X_2 + 0,085.X_3 + e_i$$

Keterangan:

Y = keputusan membeli ulang

X1 = Sikap atas harga

X2 = Sikap atas kualitas

X3 = Sikap atas layanan

Bo = Intersep atau konstanta

b1-b3= Koefisien regresi

ei = faktor pengganggu

B. Saran

Saran yang dapat diambil dari hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini adalah:

1. Diharapkan Rumah produksi tas Rumah Warna harus memperhatikan ketiga atribut-atribut produk untuk dapat memenangkan persaingan yang semakin ketat khususnya pada industri tas.
2. Rumah Warna juga harus menerapkan sistem manajemen yang baik, meliputi: *Planning, Organizing, Actuating, Controlling*.
3. Evaluasi perlu dilakukan oleh Rumah Warna dengan secara makro/ menyeluruh terutama terkait dengan evaluasi penetapan harga produk, kualitas produk, dan pelayanan konsumen untuk terus mengembangkan target penjualan produk khususnya tas.
4. Hasil temuan penelitian ini dapat ditindaklanjuti menjadi penelitian lain dengan obyek yang berbeda.