

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari 100 sampel konsumen Elzatta Hijan di Majalengkan yang telah dijelaskan dalam analisis data yang terdapat dalam bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel uji t *coefficients* diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel *Brand Ambassador* sebesar 6,247 dan Sig_{hitung} sebesar 0,000. Yang artinya variabel *Brand Ambassador* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Konsumen Elzatta Hijab di Majalengka.
2. Berdasarkan tabel uji t *coefficients* diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Inovasi Produk sebesar 7,173 dan Sig_{hitung} sebesar 0,000. Yang artinya variabel Inovasi Produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Konsumen Elzatta Hijab di Majalengka.
3. Berdasarkan tabel hasil uji F anova diperoleh nilai F_{hitung} (70,128) dengan tingkat signifikansi 0,000. Dapat dinyatakan bahwa variabel *Brand Ambassador* dan Inovasi Produk secara simultan mempengaruhi variabel Minat Konsumen Elzatta Hijab di Majalengka

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran-saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel-variabel lain dengan variabel-variabel yang lebih relevan sehingga hasil penelitian yang diharapkan dapat lebih mendekati keadaan yang sebenarnya
2. Penambahan variabel baru seperti citra merek dan promosi dapat membuat penelitian selanjutnya lebih menarik dan dapat menjelaskan fenomena tentang minat konsumen dengan lebih komprehensif