

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan diatas tentang mengenai Pengaruh Brand Image, Vanity Seeking dan Matrealism terhadap Minat Beli Ulang, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari tanggapan responden tentang hubungan Brand Image terhadap Minat Beli Ulang converse pada generasi Z itu terlihat dari indikator kekuatan merek yang memiliki nilai paling rendah hal itu karena brand image tidak harus memiliki kekuatan merek yang cukup kuat
2. Berdasarkan hasil tanggapan responden tentang hubungan Vanity Seeking terhadap Minat Beli Ulang memperlihatkan hasil yang dapat dikatakan cukup baik,itu terlihat dari indikator Pandangan positif terhadap penampilan fisik yang memiliki nilai paling rendah hal itu karena menilai penampilan tidak selalu dilihat dari produk apa yang digunakan
3. Berdasarkan hasil tanggapan yang diberika oleh responden tentang hubungan materialism terhadap Minat Beli Ualng memeperlihatkan hasil yang cukup baik itu terlihat dari indikator Merasa resah jika belum memiliki semua barang yang digunakan memiliki nilai yang rendah daripada indikator yang lain hal itu karena matrealism tidak bisa di ukur dari barang apa saja yang dimiliki.
4. tanggapan responden mengenai Minat Beli Ulang pada konsumen Converse pada Generasi Z, Kota Bandung. memiliki respon yang cukup baik itu terlihat

dari indikator keinginan membeli ulang menjadi indikator yang rendah diantara indikator yang lainnya

5. Hasil analisis dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Brand Image (X1), Vanity Seeking (X2) dan Matrealism (X3) terhadap Minat Beli Ulang (Y) adalah :
  - a. Berdasarkan hasil pengujian parsial dapat disimpulkan jika variable Brand Image (X1) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang (Y)
  - b. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan jika variable Vanity Seeking (X2) memberikan pengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang (Y)
  - c. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan jika variable Matrealism (X3) memberikan pengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adapun saran dari peneliti untuk peneliti selanjutnya yaitu dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan analisis variable lain yang dapat mempengaruhi Minat Beli Ulang pada merk sepatu Converse, dapat juga untuk memperluas lingkup penelitian missal terhadap semua generasi z yang ada di Kota Bandung mungkin agar penelitian ini menjadi lebih kompleks.

