

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan analisis korelasi kanonik, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada contoh kasus analisis korelasi kanonik ini diperoleh tiga fungsi kanonik, tetapi hanya fungsi kanonik pertama saja yang digunakan untuk menjelaskan korelasi kanonik antara dua himpunan variabel karena signifikan secara bersama-sama maupun individu serta mempunyai korelasi paling besar.

Fungsi kanonik pertama yang diperoleh yaitu:

$$0,198Y_1 + 0,888Y_2 = 0,130X_1 + 0,519X_2 + 0,570X_3$$

dengan  $\rho = 0,75374$

Keterangan:

$Y_1 = \text{Likely to Purchase}$

$Y_2 = \text{Purchase Level}$

$X_1 = \text{Advertising}$

$X_2 = \text{Product Line}$

$X_3 = \text{Delivery Speed}$

2. Berdasarkan fungsi kanonik pertama, variabel atribut perusahaan yang hubungannya paling erat dengan variabel hasil pembelian yaitu *delivery speed* dan *product line* dengan muatan silang kanonik lebih besar dari 0,45, sehingga dapat dikatakan hubungan kedua kelompok variabel baik. Dengan

demikian semakin sering perusahaan mempromosikan produknya melalui iklan (*advertising*) serta meningkatkan kualitas *product line*, dan *delivery speed* maka semakin besar pula tingkat kecenderungan konsumen untuk membeli produk perusahaan (*likely to purchase*) dan tingkat pembeliannya (*purchase level*) pun akan meningkat. Begitu pula sebaliknya, semakin sedikit promosi (*advertising*) yang dilakukan serta semakin rendah kualitas *product line*, dan *delivery speed*, maka semakin kecil tingkat kecenderungan konsumen untuk membeli produk perusahaan (*likely to purchase*) dan tingkat pembeliannya (*purchase level*) pun rendah.

## 5.2 Saran

1. Penelitian dengan menggunakan analisis korelasi kanonik dapat diperluas dengan menggunakan beberapa metode seperti metode kuadrat terkecil parsial kanonik, metode robust, dan lain-lain.
2. Bagi pembaca yang tertarik pada analisis korelasi kanonik dapat mengaplikasikannya pada bidang kehidupan lain seperti bidang kesehatan, pendidikan dan pertanian.