

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kepuasan konsumen atas Kualitas Produk terhadap Niat Beli Ulang Sepatu Olahraga FILA, dan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat Kepuasan konsumen atas kualitas produk sepatu olahraga FILA dinilai sebagai berikut :
 - Responden merasa cukup puas (2,8) akan *Performance* dari Sepatu Olahraga FILA.
 - Responden merasa kurang puas (2,3) akan *Durability* dari Sepatu Olahraga FILA
 - Responden merasa kurang puas (2,5) akan *Conformance* dari Sepatu Olahraga FILA
 - Responden merasa kurang puas (2,4) akan *Features* dari Sepatu Olahraga FILA
 - Responden merasa cukup puas (2,8) akan *Reliability* dari Sepatu Olahraga FILA
 - Responden merasa kurang puas (2,6) akan *Aesthetics* dari Sepatu Olahraga FILA
 - Responden merasa kurang puas (2,5) akan *Perceived quality* dari Sepatu Olahraga FILA

2. Pengaruh kepuasan konsumen atas kualitas Produk terhadap Niat Beli Ulang Sepatu Olahraga FILA dinilai sebagai berikut:
 - Kepuasan konsumen atas kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 72% terhadap niat beli ulang konsumen pada sepatu olahraga FILA dan diantara dimensi-dimensi kualitas produk yang memberikan pengaruh signifikan adalah kepuasan atas *Performance* (0,182), *Durability* (0,233), *Conformance* (0,200), *Features* (0,207), *Aesthetics* (0,186), dan *perceived quality* (0,159), sedangkan kepuasan atas *reliability* kurang memberikan pengaruh secara signifikan.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang didapatkan dari penelitian, penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Perusahaan PT.POLYFILATEX harus terus berusaha untuk meningkatkan kinerja dari sepatu olahraga FILA. Hal ini dapat dilakukan dengan mendengarkan keluhan dari konsumen yang telah menggunakan sepatu olahraga FILA. Perusahaan PT.POLYFILATEX juga harus memperhatikan standarisasi bahan dalam sepatu olahraga FILA agar sepatu tersebut tidak mudah rusak dalam kurun waktu yang singkat. Selain itu PT.POLYFILATEX perlu melakukan Peningkatan dari segi desain produk sehingga dapat memberikan sebuah differensiasi di bandingkan produk sepatu olahraga lainnya. Salah satu cara untuk meningkatkan desain produk adalah menambahkan variasi model maupun variasi warna dari sepatu olahraga yang ditawarkan. Bila variasi model dan warna sepatu olahraga FILA tidak berubah tentu akan berdampak kepada niat beli ulang konsumen. kombinasi warna juga memiliki peran penting dalam menarik perhatian konsumen dengan memadukan warna-warna akan memberikan kesan baru kepada konsumen sepatu olahraga FILA. Hal ini tentu patut diperhatikan PT.POLYFILATEX sehingga dibutuhkan inovasi dan ide-ide baru dalam pembuatan sepatu olahraga FILA agar dapat mempertahankan atau menarik calon konsumen. Dalam proses inovasi pun, perlu untuk meningkatkan teknologi agar dapat memproduksi sepatu yang dapat diandalkan. PT.POLYFILATEX juga perlu memperhatikan selera masyarakat yang selalu ingin memiliki barang yang *up to date* atau barang-barang masa kini dan bukan barang yang kuno atau ketinggalan zaman. Jika beberapa hal diatas dapat ditingkatkan dan dipertahankan maka PT.POLYFILATEX dapat meningkatkan niat beli ulang konsumen, mengurangi keluhan dan komplain dari konsumen yang telah menggunakan produk sepatu olahraga FILA dan berpotensi untuk mendapatkan konsumen yang baru

2. PT.POLYFILATEX perlu memperhatikan kesan kualitas produk di mata konsumen karena dengan banyaknya keluhan tentu akan memberikan dampak negatif bagi perusahaan. Perusahaan PT.POLYFILATEX juga harus bertindak cepat dalam menindak lanjuti dengan cara memberikan balasan atau komentar kepada konsumen yang tidak puas sehingga konsumen tersebut tidak memberikan *word-of-mouth* negatif kepada orang lain. Di sisi lainnya, produk sepatu olahraga FILA akan sulit memberikan sebuah status sosial yang tinggi bagi penggunaannya jika bahwa *review* negatif terhadap produk tersebut. Rendahnya status sosial atau gengsi ketika menggunakan sepatu dapat memberikan pengaruh kepada niat beli ulang konsumen.
3. Pada penelitian yang sejenis dapat menambah jumlah responden, lokasi penelitian dapat diperluas lagi, dan dapat menggunakan *platform* yang lebih beragam lagi sehingga dapat melihat berbagai kemungkinan yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2001). *Developing Business Strategy (6th ed)*. Sessex : John Wiley & Sons Ltd.
- Assauri, S. 1998. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi.
- Cannon, Joseph P., Perreault, D. P., & Jerome, M. 2008. *Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global*, Alih Bahasa : Diana Angelica & Ria Cahyani, Buku 2. Edisi 16. Jakarta : Salemba empat.
- Ferdinand, A. 2002. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Semarang :Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hellier, P. K., Geursen, G .M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. 2003.Customer Repurchase Intention : A General Structural Equation Model, *Journal Of Marketing*, Vol.37, pp:1762-1800.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited, inc.
- Kotler, P., & Keller. 2009. *Manajemen pemasaran jilid 2*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan : Bob Sabran, MM. Jakarta: penerbit erlangga.
- Mowen, J. C.,& Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Penerjemah: Lina Salim. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mullins, J., Walker, O., Boyd, H., & Larreche, J.2005. *Marketing strategy*. Mcgraw-Hill Education, 422-423.
- Schiffman, L. G., & kanuk, L.L. 2004. *Consumer Behavior. 8th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Sekaran, U., & Bougie, R. 2013. *Research Methods for Business 6th edition*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.

Singarimbun, M., & Effendi, S.1995, *Metode Penelitian Survei, Edisi Revisi*, Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.

Simamora, B. 2008. *Panduan riset perilaku konsumen*. Jakarta : Erlangga

Sunyoto, D. 2013. *Teori Kuesioner dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suwardi. 2011. Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Pengembangan Humaniora* 11(1).

Tjiptono, F. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andy.

Widiyono & Mukhaer, P. 2013. *Pengantar Bisnis : Respon terhadap Dinamika Global*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Web

http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_2

<http://polyfilatex.com/landing2015/>

<http://polyfilatex.com/history>