

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai “Pengaruh Kepuasan Konsumen Atas Atribut Produk terhadap Niat Beli Ulang Produk Crocs”, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepuasan konsumen terhadap atribut produk sepatu Crocs secara keseluruhan kurang puas. Responden merasa kurang puas terhadap disain sepatu Crocs, karena disain sepatu yang kurang sesuai dengan bentuk kaki responden, kurang nyaman, model sepatu kurang sesuai dengan selera konsumen, dan model dari sepatu Crocs yang kurang *up to date*. Responden kurang puas dengan bahan baku. Bahan kurang nyaman, warna dari bahan yang digunakan Crocs tidak awet, dan bahan sol kurang nyaman. Responden merasa puas dengan kualitas produk Crocs. Sepatu Crocs yang awet, kualitas yang baik, dan menjalankan fungsinya dengan baik membuat responden puas terhadap kualitas dari produk sepatu Crocs. Responden merasa puas mengenai kemanan sepatu Crocs karena tidak menyebabkan rasa sakit ketika digunakan. Responden kurang puas terhadap keragaman sepatu Crocs karena model sepatu Crocs yang kurang beragam, kurangnya ketersediaan ukuran dari sepatu Crocs, pilihan warna yang kurang beragam, dan kurangnya variasi aksesoris produk sepatu Crocs. Responden kurang puas mengenai pelayanan, yaitu dengan keramahan dari pramuniaga di toko sepatu yang menjual Crocs dan pemahaman pramuniaga mengenai produk sepatu Crocs.
2. Niat beli ulang konsumen terhadap produk sepatu Crocs cukup rendah, baik dalam membeli produk Crocs, merekomendasikan produk Crocs ke orang lain, menjadikan produk sepatu Crocs sebagai pilihan utama, maupun mencari informasi mengenai produk sepatu Crocs.
3. Kepuasan konsumen atas atribut produk kualitas, keragaman, dan pelayanan pengaruh sebesar 31.9% terhadap niat beli ulang konsumen, masing masing

sebesar 0,105, 0,157, 0,943. Akan tetapi kepuasan atas disain, bahan baku, dan keamanan tidak berpengaruh secara signifikan pada niat beli ulang sepatu Crocs.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran untuk membantu pengembang dalam hal atribut produk yang di tawarkan oleh Crocs guna meningkatkan niat beli ulang dari konsumen.

1. Pelayanan

Responden belum merasa puas terhadap dimensi pelayanan Crocs. Hal ini disebabkan penjualan Crocs yang tidak memiliki toko khusus yang menjual produknya. Crocs menjual produknya melalui toko *Planet Sport* dan *Sport Station*. Sebaiknya Crocs membuka toko atau gerai sendiri supaya pelayanan terhadap konsumen menjadi lebih baik dengan memiliki gerai sendiri Crocs bisa melakukan pelatihan tersendiri terhadap karyawannya. Selain itu pengetahuan karyawan mengenai produk sepatu Crocs menjadi lebih baik, sehingga dapat menjawab pertanyaan dari calon pembeli.

2. Keragaman

Responden memiliki kepuasan yang rendah pada keragaman sepatu Crocs. Hal ini dikarenakan pilihan dari model dan ukuran dari sepatu yang kurang lengkap dan variatif. Sehingga konsumen terbatas dalam menentukan model dan ukuran yang diinginkan. Selain itu pilhan warna dan aksesoris tambahan yang tidak tersedia di toko-toko penjual Crocs menyebabkan rendahnya keragaman dari Crocs. Sebaiknya Crocs memperbanyak stok di setiap toko tempat Crocs menjual produk, sehingga tingkat dari keragaman Crocs semakin banyak yang berpengaruh terhadap niat beli ulang. Selain itu, Crocs juga harus membuka kembali store yang khusus menjual Crocs supaya pilihan model, ukuran, warna, dan aksesoris tambahan bisa tersedia.

3. Kualitas

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari pengolahan kuesioner, konsumen puas terhadap kualitas Crocs. Crocs harus dapat mempertahankan segi kualitas produk

yang ditawarkan. Hal ini akan berpengaruh terhadap niat beli ulang terhadap produk sepatu Crocs.

4. Disain

Crocs sebaiknya memperbaiki kekurangan dalam hal disain. Hal ini harus dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap disain dari produk sepatu Crocs. Disain sepatu Crocs sebaiknya di perhatikan dalam penyesuaian bentuk kaki konsumen yang berbentuk kaki gemuk. Misalnya dengan penempatan lidah dan karet pada sepatu berbentuk *slip on*, agar memudahkan konsumen ketika mengenakan sepatu. Selain itu desain sepatu Crocs harus lebih diperhatikan untuk meningkatkan kenyamanan konsumen ketika mengenakan produk Crocs, terutama dalam hal sirkulasi udara. Kelemahan Crocs dalam sirkulasi udara menyebabkan kaki dari pemakainya berkeringat dan berbau. Hal tersebut harus diperhatikan agar kenyamanan konsumen ketika memakai produk dari sepatu Crocs semakin baik. Saran yang dapat penulis berikan mengenai kemampuan Crocs untuk mengikuti perkembangan fashion. Hal ini berhubungan dengan selera konsumen yang terus berubah dikarenakan konsumen ingin terus mengikuti trend fashion yang sedang *booming*.

Membuat disain yang tidak monoton juga bisa menjadi saran tambahan bagi Crocs dalam menciptakan model disain terbarunya. Disain tidak selalu terpaku dengan model uniknya yang dikenal dengan “buaya”. Pembaharuan disain tersebut harus didahului dengan riset terlebih dahulu.

5. Bahan baku

Dalam dimensi bahan baku, Crocs memiliki kinerja yang dianggap kurang memuaskan di mata konsumen. Crocs sebaiknya menggunakan bahan karet yang lebih nyaman ketika dikenakan. Selain itu bahan baku dari Crocs harus bisa menyesuaikan disain Crocs yang memiliki sirkulasi udara yang kurang dan menyebabkan kondisi kaki dari penggunaanya berkeringat. Daya serap bahan baku yang digunakan untuk mengurangi atau bahkan mencegah kaki berkeringat menjadi perihal utama untuk Crocs dengan tujuan meningkatkan kenyamanan

bagi konsumen. Bahan baku sol yang digunakan sebaiknya memiliki *grip* atau daya cengkram yang lebih baik untuk mencegah sol sepatu yang licin.

6. Keamanan

Dalam segi keamanan, Crocs dinilai tidak membuat kaki konsumen sakit ketika memakai produk. Dalam hal ini Crocs harus tetap memiliki tingkat keamanan konsumen ketika menggunakan produk Crocs. Dalam hal penggunaan produk sepatu Crocs yang menyebabkan atau menimbulkan penyakit harus diperhatikan oleh Crocs, karena berdasarkan hasil kuesioner didapatkan bahwa konsumen kurang puas terhadap keamanan konsumen dalam menggunakan produk sepatu Crocs yang menyebabkan atau menimbulkan penyakit. Crocs harus memperhatikan keamanan konsumen dalam segi kesehatan terutama sirkulasi udara dari sepatu Crocs yang sering menjadi penyebab atau menimbulkan penyakit kaki pada konsumen.

7. Crocs tidak memiliki dimensi warranty pada atribut produknya, maka sebaiknya Crocs memunculkan dimensi tersebut dengan cara memberikan layanan perbaikan sepatu. Dengan adanya jaminan terhadap konsumen dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap Crocs dan meningkatkan kualitas dari sepatu Crocs.

8. Saran untuk akademik atau pihak lain. Penelitian ini dapat menggunakan variabel lain yang dapat berpengaruh pada niat beli ulang dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda. Penelitian ini juga dapat ditunjukkan pada objek selain sepatu untuk memperkaya penelitian terkait dengan atribut produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., Biel, A., & Day, G. (2009). *Marketing Research New York*. New York: John Wiley and Sons.Ltd.
- Akpyomare (2012). "The Influence of Product Attributes on Consumer Purchase Decision in the Nigerian Food and Beverage Industry: A Study of Lagos Metropolis". *American Journal of Business and Management*, 196-201.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Amelie, S. (2014, Januari 02). *Liputan 6*. Retrieved from Bisnis: <https://www.liputan6.com>
- Anderson, D. (2006, November 3). *CNN Money*. Retrieved from CNN: https://money.cnn.com/2006/11/02/magazines/business2/crocs_whatworks.biz2/index.htm
- Ardina, I. (2018, Maret 04). *Beritaagar.id*. Retrieved from Gaya Hidup: <https://beritaagar.id/artikel/gaya-hidup/rentang-usia-generasi-milenial-diperbarui>
- Arianto, A. B. (2011). "Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Samsung Galaxy Series di Kota Malang". *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 294-305.
- Deil, S. A. (2014, 01 02). *Liputan6.com*. Retrieved from ekonomi: Crocs Nyaris Bangkrut Karena Produknya Membosankan. <http://bisnis.liputan6.com/read/790441/crocs-nyaris-bangkrut-karena-produknya-membosankan>
- Dimiyati, M. (2012). "Model Struktural Pengaruh Atribut Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Produk Pond's". *Jurnal Aplikasi Manajemen* , 107-118.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi, E. (2005). "Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya". *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 139-151.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Edisi Ketiga ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Handayani, M. S. (2018, Februari 17). *www.tirto.id*. Retrieved from *tirto.id*: Biaya Bergaya Kelas Menengah Indonesia. <https://tirto.id/biaya-bergaya-kelas-menengah-indonesia-bUai>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (14th ed.). New Jersey: Pearson Education Limited.
- Malasi, J. M. (2012). "Influence of Product Attributes on Mobile Phone Preference Among University Students: A Case of Undergraduate Students". *International Journal of Academic Research in Economics and Managemen*. 10-16.
- Russ, F. A., & Charles A. Kirkpatrick. (1982). *Marketing*. Boston: Little Brown Company .
- Saladin, D. (2007). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Agung Ilmu.
- Santoso,S. (2000). *Buku Latihan SPSS Statistik Parametik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sekaran, U & Bougie, R (2013). *Research Methods for Business (6th ed)*. United Kingdom: Wiley.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Simon P. Anderson, André De Palma, Simon P. Anderson Andre De Palma William J. Stanton, Michael J. Etzel. Bruce J. Walker. 1994. *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill
- Stanton, W. (1986). *Fundamentals of Marketing 7th Edition*. Singapore: McGraw-Hill, Inc.
- Sugiono. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka.
- Sugiono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif , dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutojo, S., & Kleinsteuber, D. (2002). *Strategi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka.
- Tjiptono,F. (2001). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.

Wellington, E. (2007, Juli 05). *The Inquirer*. Retrieved from Living : http://www.philly.com/philly/columnists/elizabeth_wellington/20070705_Fashion_Attack.html

Daftar Pustaka Gambar:

Crocs (2018, 04 April). https://www.crocs.com/on/demandware.store/Sites-crocs_us-Site/default/Home-SiteSelector.

ListSepatu (2018, 15 Mei). "Harga Sepatu Crocs". <http://listsepatu.blogspot.com/search?updated-max=2015-08-09T17%3A40%3A00%2B07%3A00&max-results=6#PageNo=1>.

Crocs (2018, 15 Mei). "Crocband Clog". <https://www.crocs.com.sg/p/crocband-clog/11016.html?cgid=sale&cid=22Y>

Crocs (2018, 15 Mei). "Duet Sport Clog". <https://www.crocs.com.sg/p/crocs-duet-sport-clog/11991.html?cgid=women-footwear&cid=0A1>

Kaskus (2018, 15 Mei). "Etika Ketika Menaiki Eskalator". <https://www.kaskus.co.id/thread/53e0e80f529a4502668b480c/etika-ketika-menaiki-eskalator/>