

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan Analisis Fishbein dapat disimpulkan bahwa :
  - a. Sikap konsumen terhadap atribut yang ditawarkan oleh Red Door *Distribution Store* dan *Clothing Company* Yogyakarta adalah positif.
  - b. Sedangkan atribut yang memberikan sikap tertinggi adalah atribut trend/up to date. Selanjutnya diikuti oleh atribut corak/bentuk/motif, daya tahan produk, kenyamanan, kualitas bahan, harga, potongan harga, kecepatan/respon, keramahan, tata ruang, kebersihan, dan terakhir adalah atribut lokasi strategis.
2. Berdasarkan hasil uji *kruskal wallis* disimpulkan bahwa:
  - a. Berdasarkan jenis kelamin tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut produk fashion pada Red Door *Distribution Store* dan *Clothing Company* Yogyakarta.
  - b. Berdasarkan usia pada atribut kecepatan respon terdapat perbedaan sikap konsumen pada produk fashion di Red Door *Distribution Store* dan *Clothing Company* Yogyakarta. Hal ini berarti konsumen yang berusia muda akan berbeda sikapnya pada kecepatan/respon yang diberikan oleh pramuniaga dibandingkan dengan responden yang berusia tua.

- c. Berdasarkan tingkat pendidikan pada atribut keramahan, potongan harga, daya tahan produk, dan tata ruang terdapat perbedaan sikap konsumen pada produk fashion di Red Door *Distribution Store* dan *Clothing Company* Yogyakarta. Hal ini berarti antara tingkat pendidikan menengah kebawah dan menengah keatas memiliki sikap yang berbeda pada atribut keramahan, potongan harga, daya tahan produk, dan tata ruang produk fashion yang ditawarkan oleh Red Door *Distribution Store* dan *Clothing Company* Yogyakarta.
- d. Berdasarkan tingkat pendapatan pada atribut potongan harga terdapat perbedaan yang signifikan pada produk fashion yang ditawarkan oleh Red Door *Distribution Store* dan *Clothing Company* di Yogyakarta. Hal ini berarti responden yang berpendapatan berbeda akan memberikan sikap yang berbeda pula terhadap atribut potongan harga.

## 5.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan hasil penelitian sebagaimana telah dimuka, dapat disampaikan suatu pandangan terhadap segala upaya yang berkaitan dengan atribut – atribut yang ditawarkan oleh Red Door *Distribution Store* dan *Clothing Company* Yogyakarta, dengan tetap tidak mengecilkan arti upaya tersebut, pihak tempat Red Door *Distribution Store* dan *Clothing Company* Yogyakarta dapat menerima kenyataan bahwa upaya tersebut masih terdapat beberapa atribut yang disikapi rendah oleh beberapa kelompok konsumen. Maka sebaiknya pihak manajemen Red Door *Distribution Store* dan *Clothing Company* Yogyakarta melakukan beberapa evaluasi untuk menuju kearah yang lebih baik, dengan berdasarkan pada

analisa kruskal wallis :

- Terdapat perbedaan yang signifikan pada kecepatan/respon berdasarkan tingkat usia dengan dinilai paling baik oleh kelompok responden dengan tingkat usia < 20 tahun dan dinilai paling rendah oleh kelompok responden dengan tingkat usia > 24 tahun, oleh karena itu sebaiknya perlu adanya peningkatan pelayanan dalam hal kecepatan/respon pada konsumen terutama pada konsumen dengan tingkat usia > 24 tahun, agar dapat disikapi baik pula oleh konsumen dengan tingkat usia > 24 tahun.
- Selain itu pada atribut keramahan, potongan harga, daya tahan produk dan tata ruang juga terdapat perbedaan berdasarkan tingkat pendidikan terakhirnya. Pada atribut keramahan disikapi paling baik oleh responden dengan pendidikan terakhir SMA dan disikapi paling rendah oleh responden dengan tingkat pendidikan terakhir universitas, sedangkan pada atribut potongan harga disikapi paling baik oleh responden dengan tingkat pendidikan terakhir pada umum dan disikapi paling rendah oleh responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA, oleh karena itu manajemen Red Door distro harus berusaha meningkatkan keramahan terutama pada konsumen dengan tingkat pendidikan terakhir pada universitas dan mengusahakan potongan harga yang lebih menarik terutama untuk konsumen dengan tingkat pendidikan terakhir SMA atau setidaknya sama dengan potongan harga yang diberikan untuk konsumen dengan tingkat pendidikan terakhir pada umum, sehingga diharapkan dapat lebih menarik konsumen untuk membeli di Red door distro dan Co.
- Atribut daya tahan produk disikapi paling baik oleh responden dengan

tingkat pendidikan terakhir pada umum dan sebaliknya atribut ini disikapi paling rendah oleh responden dengan tingkat pendidikan terakhir pada universitas,sebaiknya pihak manajemen berusaha untuk menjual produk-produk yang berkualitas tinggi dan berdaya tahan kuat (awet) agar dapat disikapi dengan baik oleh semua konsumen dengan tingkat pendidikan terakhir baik SMA, universitas maupun umum.

- Pada atribut tata ruang disikapi paling baik oleh responden dengan tingkat pendidikan terakhir pada universitas dan disikapi paling rendah oleh responden dengan tingkat pendidikan terakhir pada umum, dalam hal ini manajemen harus berusaha membuat tata ruang atau desain interior yang menarik agar disikapi baik oleh konsumen baik dengan tingkat pendidikan terakhir SMA, universitas maupun umum.
- Pada atribut potongan harga terdapat perbedaan berdasarkan tingkat penghasilan atau pendapatan dengan dinilai paling baik oleh responden dengan tingkat penghasilan > Rp. 1.000.000 dan dinilai paling rendah oleh responden dengan tingkat penghasilan < Rp. 500.000, oleh karena itu potongan harga setidaknya harus disesuaikan atau dengan diadakan diskon-diskon khusus untuk konsumen dengan tingkat penghasilan < Rp. 500.000. Adanya perbedaan potongan harga berdasarkan tingkat pendapatan, maka sebaiknya pihak manajemen harus dapat meningkatkan pada atribut ini. Misalnya memberikan informasi yang sejelas-jelasnya tentang daftar potongan harga dan diskon yang diberikan pada produk pakaian yang ditawarkan. Hal ini agar tidak terjadi kesalahpahaman antara persepsi konsumen dengan manajemen dalam hal potongan harga produk

yang ditetapkan.

Arah evaluasi yang harus dilakukan adalah menanamkan pada pramuniaga agar dalam memberikan pelayanan kepada konsumen sebaiknya lebih bersikap sopan, respon dan empathy sehingga konsumen merasa diperhatikan akan kebutuhan dan keinginannya. Selain itu pramuniaga juga harus mengerti tentang mode dan perkembangan fashion yang *up to date*. Hal ini penting karena sering terjadi konsumen yang bingung menentukan pakaian yang cocok dengan kepribadiannya dan mode yang sedang *in*. Jika hal yang kecil ini tidak diperbaiki maka banyak konsumen yang meninggalkan *distro* ini berpindah pada *distro* lain yang mampu memberikan pelayanan yang lebih bagus.

Atribut tata ruang dan potongan harga merupakan atribut yang terbukti disikapi negatif oleh konsumen, maka sebaiknya pihak manajer Red Door *Distribution Store* dan *Clothing Company* Yogyakarta dalam meningkatkan atribut yang ditawarkan kepada konsumen lebih mendominasi pada kedua atribut tersebut sehingga diharapkan kepuasan konsumen akan dapat dirasakan secara merata pada seluruh strata yang ada pada karakteristik responden.