

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan penulis pada bab sebelumnya, diperoleh kesimpulan dan saran sebagai berikut:

#### **5.1 Simpulan**

1. Tanggapan konsumen tentang atribut produk *The Body Shop* yang terdiri atas manfaat produk, kemasan, merek, kualitas, dan harga ternyata cukup baik. Hasil penilaian untuk masing-masing variabel secara lengkap adalah sebagai berikut:

a. Tanggapan konsumen untuk manfaat produk ( $X_1$ ) *The Body Shop*:

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa hampir sebagian besar pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan manfaat produk mendapatkan jawaban setuju dari seluruh responden. Responden memberikan tanggapan yang sangat baik untuk manfaat produk *The Body Shop*.

b. Tanggapan konsumen untuk kemasan ( $X_2$ ) *The Body Shop*:

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa cukup banyak pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan kemasan mendapatkan jawaban setuju dari seluruh responden. Responden memberikan tanggapan yang cukup baik untuk kemasan produk *The Body Shop*. Tetapi sebagian besar konsumen kurang setuju jika produk *The Body Shop* mempunyai kemasan yang unik.

- c. Tanggapan konsumen untuk merek ( $X_3$ ) *The Body Shop*:
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa hampir sebagian besar pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan merek mendapatkan jawaban setuju dari seluruh responden. Responden memberikan tanggapan yang baik mengenai merek *The Body Shop*.
- d. Tanggapan konsumen untuk kualitas ( $X_4$ ) *The Body Shop*:
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan kualitas mendapatkan jawaban setuju dari seluruh responden. Responden memberikan tanggapan yang sangat baik mengenai kualitas *The Body Shop*.
- e. Tanggapan konsumen untuk harga ( $X_5$ ) *The Body Shop*:
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa cukup banyak pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan harga mendapatkan jawaban setuju dari seluruh responden. Secara umum sebagian besar responden memberikan tanggapan yang cukup baik bahwa harga produk *The Body Shop* sesuai dengan daya beli mereka, manfaat yang diperoleh sesuai dengan harganya, kualitas yang diberikan sesuai dengan harganya. Sedangkan sebagian responden setuju bahwa harga produk *The Body Shop* mahal.

2. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, niat beli konsumen terhadap produk *The Body Shop* cukup baik. Hal ini terlihat dari sebagian besar responden yang menyatakan setuju jika mereka cocok dengan manfaat yang diberikan produk *The Body Shop* dan berniat untuk mencari informasi lebih banyak lagi tentang produk *The Body Shop*. Secara umum, mereka

menyukai atribut produk *The Body Shop* sehingga akan mencoba memakai produk *The Body Shop* dan akan lebih memilih *The Body Shop* dibandingkan dengan produk perawatan tubuh lain.

3. Terdapat pengaruh atribut produk terhadap niat beli konsumen.
  - a. Besarnya pengaruh atribut produk adalah sebesar 57% terhadap niat beli konsumen yang dilihat dari nilai *Adjusted R Square*. Sedangkan sisanya 43% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar variabel atribut produk misalnya pelayanan yang ramah, *store layout* dan *store atmosphere* serta outlet yang nyaman dan bersih
  - b. Variabel atribut produk yang berpengaruh terhadap niat beli konsumen adalah manfaat produk ( $X_1$ ), kemasan ( $X_2$ ), dan kualitas ( $X_4$ ). Variabel Kualitas ( $X_4$ ) yang memiliki pengaruh paling besar terhadap niat beli hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan koefisien determinasi berganda masing-masing variabel, nilai  $R^2$  untuk kualitas sebesar 42,1%. Variabel kemasan ( $X_2$ ) memiliki  $R^2$  sebesar 41,3%, dan variabel manfaat produk ( $X_1$ ) memiliki  $R^2$  sebesar 40,5%.

Setiap penelitian pasti mempunyai keterbatasan-keterbatasan. Keterbatasan yang dialami penulis selama mengerjakan penelitian ini adalah:

1. Karakteristik yang dianalisis dalam penelitian ini hanya 5 variabel saja yang mengacu pada teori Stanton, sedangkan menurut Crawford atribut produk terdiri dari 3 jenis yaitu *features*, *functions* dan *benefits*. *Features* memiliki dimensi lebih dari 11, *benefits* memiliki dimensi lebih dari 5, sedangkan *functions* jarang digunakan. Sebenarnya, banyak dimensi atau karakteristik

dari atribut produk yang dapat diteliti tetapi harus disesuaikan dengan produk atau jasa yang akan kita diteliti. Penulis hanya menggunakan karakteristik atribut produk dari Stanton, karena kecocokan karakteristik dengan produk yang menjadi objek penelitian dan karena adanya keterbatasan pada objek produk *The Body Shop*.

2. Dalam proses pengumpulan data, ada responden yang tergesa-gesa dalam mengisi kuesioner karena tidak memiliki waktu banyak sehingga kurang maksimal dalam mengisi dan juga ada responden yang tidak bersedia untuk mengisi kuesioner, selain faktor tersebut penulis juga tidak bisa seharian berada di outlet *The Body Shop* dikarenakan adanya keperluan-keperluan lainnya sehingga waktu pengumpulan data menjadi lebih lama.

## 5.2 Saran

Keterbatasan yang telah dijelaskan di atas akan dijadikan sebagai dasar pemikiran oleh penulis dalam memberikan saran. Diharapkan saran-saran tersebut dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan.

Berikut ini adalah saran-saran yang dapat diberikan oleh penulis kepada pihak lain dalam hal ini adalah peneliti lain yang ingin mengembangkan penelitian ini:

- a. Dengan adanya keterbatasan mengenai variabel yang penulis teliti yang hanya menggunakan teori atribut produk Stanton, diharapkan peneliti lain dapat menggunakan teori atribut produk menurut Crawford dan teori atribut lainnya yang belum diteliti dari penelitian ini, tapi perlu diperhatikan juga kecocokan antara objek penelitian dengan teori yang akan dipakai.

- b. Dalam menyebarkan kuesioner, ada responden yang tidak bersedia untuk mengisi kuesioner dan penulis tidak bisa menyebarkan kuesioner sehari-hari dikarenakan adanya keperluan lain yang menyebabkan waktu pengumpulan data menjadi lebih lama, hal ini perlu diperhatikan agar proses penelitian tidak terhambat misalnya dalam menyebarkan kuesioner, kita meminta responden yang sedang rileks atau tidak tergesa-gesa untuk mengisi kuesioner.

Dengan keterbatasan yang dialami maka penulis berharap pada penelitian dengan topik yang sejenis di masa yang akan datang dapat lebih baik dari penelitian yang telah penulis lakukan.