

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara dimensi kualitas produk (kinerja, keandalan dan daya tahan, kemudahan perbaikan, kualitas yang dirasakan, kesan dan profil etis) terhadap sikap konsumen AR Boutique dengan melihat nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,623 atau 62,3%. Sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 62,3\% = 37,7\%$) dipengaruhi oleh faktor lain di luar model seperti tempat yang strategis dan harga yang dapat mempengaruhi sikap konsumen. Secara parsial/sendiri-sendiri hanya tiga dimensi kualitas produk yang berpengaruh terhadap sikap konsumen yaitu kesan dan profil etis dengan t-tabel sebesar 5,264 dan taraf signifikansi 0,000, keandalan dan daya tahan dengan t-tabel sebesar 3,550 dan taraf signifikansi 0,001 dan kualitas yang dirasakan dengan t-tabel sebesar 3,088 dan taraf signifikansi 0,003.
2. Dimensi kualitas produk yang paling dominan mempengaruhi sikap konsumen AR Boutique adalah variabel kesan dan profil etis sebesar 52,64% dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, ini mengartikan bahwa konsumen menginginkan pakaian yang memiliki kesan yang baik dan penggunaan yang jauh dari kesan rumit, serta dapat digunakan secara fleksibel atau dapat dipakai dalam kegiatan sehari-hari maupun kegiatan formal. Seperti Jilbab, Kemeja, Blouse, Gamis, Tunik, Baju atasan, Dress, Rok, dan berbagai jenis celana yang di pasarkan AR boutique. Selain itu, terdapat dimensi kualitas produk yang paling tidak dominan mempengaruhi sikap konsumen yaitu dimensi kemudahan perbaikan dengan hasil uji t hanya sebesar $1,938 < t\text{-tabel } 2,002$ dengan taraf signifikansi $0,58 > 0,05$. Ini menunjukkan bahwa AR Boutique belum mampu memenuhi keinginan konsumen seperti menyediakan kancing cadangan, perbaikan retsleting, dan reparasi pakaian yang tidak pas dengan ukuran tubuh konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah didapat, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. AR Boutique harus mempertahankan dimensi kualitas produk kesan dan profil etis karena telah mampu mempengaruhi sikap konsumen dalam melakukan pembelian dan memperbaiki dimensi kualitas produk lainnya seperti kemudahan perbaikan, kinerja produk, keandalan dan daya tahan, dan kualitas yang dirasakan. Adapun beberapa hal yang dapat memperbaiki kualitas produk yaitu, untuk kemudahan perbaikan dengan cara menyediakan kancing cadangan, perbaikan terhadap retsleting yang serat dan ukuran yang tidak sesuai dengan tubuh pembeli. kinerja produk dengan cara memilih bahan pakaian yang mampu menyesuaikan terhadap cuaca yang panas maupun dingin. Keandalan dan daya tahan dengan cara memilih bahan pakaian yang warnanya tidak mudah luntur, berbulu, dan robek. Serta untuk kualitas yang dirasakan AR Boutique harus memilih desain pakain yang sesuai dengan mode terkini serta menyediakan beberapa ukuran pakaian yang calon pembeli kehendaki.
2. Kualitas produk kesan dan profil etis yang paling dominan mempengaruhi sikap konsumen tentunya harus di pertahankan dan ditingkatkan bersamaan dengan kualitas produk yang lain dengan cara Selalu melakukan inovasi terbaru sesuai dengan *trend fashion* pada masanya agar dapat menarik minat konsumen, membuat konsumen merasa puas, dan menciptakan kelayakan konsumen terhadap produk. Sikap konsumen yang positif dapat memberikan manfaat bagi AR Boutique dalam penerimaan pendapatan penjualan produk.