

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kepuasan atas *physical evidence*, kepuasan atas *people*, dan kepuasan atas *process* terhadap loyalitas konsumen pada bengkel Winarto Motor yang dilakukan pada 100 responden, maka dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab tujuan penelitian sebagai berikut.

1. Kepuasan konsumen atas *physical evidence*, *people*, *process* bengkel Winarto Motor saat ini.

Tabel 5. 1
Rangkuman kepuasan konsumen

X	<i>Physical Evidence</i>	Pit	3.54	Puas	3.37	Kurang Puas
		Ruang Tunggu	3.36	Kurang Puas		
		Toilet	3.33	Kurang Puas		
		Etalase sparepart	3.27	Kuang Puas		
	<i>People</i>	Petugas Administrasi	4.30	Sangat Puas	4.29	Sangat Puas
		Mekanik	4.27	Sangat Puas		
	<i>Process</i>	Alur Servis Konsumen	2.156	Tidak Puas	2.156	Tidak Puas

Sumber: hasil pengolahan data penulis

a. Kepuasan atas *physical evidence*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata responden merasa **kurang puas** terhadap *physical evidence* yang ada pada bengkel Winarto Motor saat ini, dengan nilai rata-rata 3.37.

b. Kepuasan atas *people*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata responden merasa **sangat puas** terhadap *people* yang ada pada bengkel Winarto Motor saat ini, dengan nilai rata-rata 4.29.

c. Kepuasan atas *process*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata responden merasa **tidak puas** terhadap *process* yang ada pada bengkel Winarto Motor saat ini, dengan nilai rata-rata 2.156.

2. Loyalitas konsumen bengkel Winarto Motor saat ini.

Tabel 5. 2
Rangkuman kepuasan konsumen

Y	Loyalitas	Niat Beli Ulang	2.75	Kurang Setuju	2.75	Kurang loyal
		Niat Rekomendasi	2.92	Kurang Setuju		
		Resistensi Harga	2.49	Tidak Setuju		
		Preferensi	2.88	Kurang Setuju		
		<i>Positive word of mouth</i>	2.8	Kurang Setuju		
		Niat memberikan saran	2.65	Kurang Setuju		

Sumber: hasil pengolahan data penulis

- a. Niat beli ulang memiliki nilai rata-rata 2.75. Responden kurang berniat untuk melakukan pembeli ulang di bengkel Winarto Motor.
- b. Niat rekomendasi memiliki nilai rata-rata 2.92. Responden kurang berniat untuk merekomendasikan bengkel Winarto Motor.
- c. Resistensi harga memiliki nilai rata-rata 2.49. Responden cenderung akan berpindah ke bengkel lain apabila bengkel Winarto Motor menaikkan harga jasa servis.
- d. Preferensi terhadap bengkel Winarto Motor memiliki nilai rata-rata 2.88. Hal ini menunjukkan kurangnya sikap responden untuk tetap menggunakan jasa bengkel Winarto Motor daripada menggunakan jasa bengkel lain.
- e. *Positive word of mouth* terhadap bengkel Winarto Motor memiliki nilai rata-rata 2.8. Responden kurang berniat untuk memberikan *positive word of mouth* terhadap bengkel Winarto Motor.
- f. Niat memberikan saran terhadap bengkel Winarto Motor memiliki nilai rata-rata 2.65. Menggambarkan kurangnya niat responden untuk memberikan saran perbaikan bagi bengkel Winarto Motor.
- g. Secara keseluruhan nilai rata-rata loyalitas responden adalah 2.75 yang masuk kedalam kategori **kurang loyal**.

3. Pengaruh kepuasan konsumen atas *Physical Evidence, People, Process* terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan uji koefisien determinasi X_1 (kepuasan atas *physical evidence*), X_2 (kepuasan atas *people*), X_3 (Kepuasan atas *process*) secara bersama-sama mempengaruhi Y (loyalitas) dapat dilihat dari nilai *adjusted R square* yang nilainya 0.801. Hal ini berarti ke-tiga variabel independen X mempengaruhi variabel Y secara bersama-sama sebesar 80.1% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Selanjutnya akan dilakukan analisis pengaruh simultan (Uji F) dan pengaruh parsial (Uji T).

- Uji F (Simultan)

Secara simultan variabel independen X (kepuasan atas *physical evidence*, *people*, dan *process*) berpengaruh terhadap variabel dependen Y (loyalitas) di bengkel Winarto Motor karena sig. dibawah 0.05.

- Uji T (Parsial)

Ke-tiga variabel independen (X) memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y). Kepuasan atas *physical evidence* berpengaruh positif dengan angka 0.277. Kepuasan atas *people* berpengaruh positif dengan angka 0.622. Kepuasan atas *process* berpengaruh positif dengan angka 0.754.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang didapat pada penelitian ini, maka penulis menyarankan beberapa saran untuk perbaikan bengkel Winarto Motor.

1. Berdasarkan hasil kuisisioner, variabel kepuasan atas *process* harus diprioritaskan karena rata-rata responden merasa **tidak puas** atas *process mix* yang dimiliki oleh bengkel Winarto Motor sekarang.
 - Karena responden tidak puas atas kecepatan penerimaan konsumen, semua petugas administrasi yang sedang bertugas wajib memprioritaskan penerimaan dan penyambutan konsumen yang datang walaupun sedang mengerjakan tugas yang lainnya.
 - Petugas administrasi mengisikan *form* pendaftaran servis dengan cara tanya jawab, karena responden menilai kemudahan pendaftaran servis yang tidak memuaskan.
 - Penyediaan alat tulis kantor yang mencukupi untuk pengisian *form* pendaftaran servis agar penggunaan alat tulis tidak bergantian.
 - Sebaiknya Bengkel Winarto Motor menambahkan pit kerja karena kecepatan yang dirasakan responden tidak memuaskan walaupun jumlah mekanik dinilai sangat memuaskan.

- Penulis juga menyarankan agar bengkel Winarto Motor memiliki mesin EDC agar konsumen memiliki pilihan untuk membayar selain menggunakan uang tunai.
2. Kepuasan atas *Physical Evidence* di bengkel Winarto Motor dinilai **kurang memuaskan** bagi responden. Segi yang menjadi kekurangan konsumen adalah ruang tunggu, toilet, dan etalase *sparepart*. Sedangkan pit dinilai memuaskan bagi responden.
- Karena terdapat 2 ruang kosong bekas kamar tidur pemilik bengkel Winarto Motor yang sudah tidak digunakan lagi, penulis menyarankan untuk merenovasi kamar tidur itu menjadi ruang tunggu *indoor* yang memiliki fasilitas toilet. Saran ini berawal dari rata-rata responden yang merasa kurang puas atas ruang tunggu konsumen yang lama dan letak toilet yang jauh dari ruang tunggu konsumen sekarang, maka sebaiknya fasilitas toilet di ruang tunggu *indoor* tersebut nyaman dan memiliki pencahayaan yang cukup. Di dalam ruang tunggu *indoor* itu, disarankan untuk menggunakan AC dan memiliki pencahayaan yang cukup. Pemilihan kursi untuk ruang tunggu *indoor* disarankan menggunakan bantalan tempat duduk. Untuk menghemat biaya renovasi, TV yang sudah ada di ruang tunggu lama dipindahkan ke dalam ruang tunggu *indoor* yang akan membuat konsumen lebih nyaman untuk menunggu servis motor. Kedepannya apabila semua saran dari penulis sudah dilaksanakan, baiknya untuk melakukan pembelian TV baru untuk ruang tunggu *indoor* dan TV yang lama dipindahkan lagi ke ruang tunggu lama.
 - Karena adanya ruang tunggu *indoor* yang baru, ruang tunggu yang lama dipertahankan sebagai ruang tunggu *outdoor* namun jumlah kursinya dikurangi dan digantikan dengan etalase *sparepart*. Saran ini berawal dari rata-rata responden yang merasa **kurang puas** atas etalase *sparepart* yang dimiliki bengkel Winarto Motor sekarang. Penataan etalase sebaiknya diberi wadah-wadah untuk mewadahi tiap-tiap jenis *sparepart* agar terlihat lebih rapih dan mudah untuk mengambilnya.
 - Aspek yang juga perlu mendapat perbaikan adalah kebersihan. Penulis menyarankan untuk menambah pekerja kebersihan yang bertanggung jawab atas

kebersihan ruang tunggu (*indoor* dan *outdoor*), toilet, dan etalase *sparepart*. Selain itu penulis juga menyarankan untuk membuat jadwal piket mekanik untuk membersihkan pit kerja.

Daftar Pustaka

- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Alma, B. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* . Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Millenium ed., Vol. 2). Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (13th ed., Vol. 2). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (3 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mushanto, T. (2004). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen* , 128.
- Pekalongan, B. P. (2018, February 02). *Jumlah Kendaraan Bermotor di Kota Pekalongan Tahun 2015-2016*. Retrieved from <https://pekalongankota.bps.go.id/statictable/2018/02/02/284/jumlah-kendaraan-bermotor-di-kota-pekalongan-tahun-2015---2016.html>
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Santoso, S. (2000). *Latihan SPSS Statistik Parmetik*. Jakarta: Gramedia.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2009). *Perilaku Konsumen* (2nd ed.). Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Method for Business: A Skill Building Approach* (5th ed.). New York.
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, M., & Soeprihanto, J. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)* (5th ed.). Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran* (Vol. 3). Bandung: PT. Remaja Posdakarya.
- Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran* (2nd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tunggal, A. W. (2008). *Dasar-Dasar Costumer Relationship Management (CRM)*. Jakarta: Harvindo.