

## 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.