

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini. Selain itu, terdapat saran yang dapat diberikan kepada pihak perusahaan untuk mengembangkan kembali pelayanan kepada konsumen berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih bengkel,

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, di bawah ini merupakan kesimpulan yang didapat baik terhadap pendahuluan, hasil pengolahan data, dan analisis usulan. Kesimpulan dapat dilihat pada bagian berikut ini:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data analisis faktor, terdapat 2 buah faktor yang diperoleh. Faktor pertama adalah kualitas mekanik dan faktor ke-2 adalah fisik bengkel. Selain itu, jumlah atribut akhir yang digunakan dalam penelitian ini adalah 16 atribut. Pada faktor pertama terdapat 8 atribut dan faktor ke-2 8 atribut.
2. Berdasarkan hasil pengujian *correspondence analysis*, terdapat kelebihan dan kekurangan pada bengkel resmi. Kekurangan bengkel didominasi pada atribut faktor kualitas mekanik dan beberapa pada atribut faktor fisik bengkel. Adapun kekurangan pada faktor kualitas mekanik adalah atribut kecepatan proses servis, atribut kehati-hatian, atribut ketelitian, atribut sikap tanggung jawab, atribut kejujuran, dan atribut sopan santun. Pada kekurangan faktor fisik bengkel adalah atribut mampu menangani keluhan konsumen, harga *spare part* dan jasa pelayanan, dan variasi *spare part* dan jasa pelayanan,
3. Adapun saran dan usulan yang dapat diberikan peneliti kepada pihak perusahaan adalah 6 butir saran dan usulan yaitu menambah atau menggunakan kembali atau mengubah fungsi pit khusus menjadi servis cepat, menambah fasilitas televisi atau monitor di ruang tunggu, melakukan pendataan dan wawancara terhadap kondisi fisik sepeda

motor yang konsumen bawa sebelum melakukan servis, melakukan pelatihan agar karyawan lebih aktif dalam memberikan salam dan menawarkan bantuan kepada konsumen yang baru datang ke bengkel, memberikan promosi pada pembayaran menggunakan *e-money*, dan memberikan catatan estimasi penggantian komponen di servis berikutnya kepada konsumen,

V.2 Saran

Bagian saran ditujukan kepada perusahaan PT.X Jalan BKR. Bandung. Saran dapat dilihat pada bagian berikut ini:

1. Pihak perusahaan dapat mempertimbangkan usulan yang diberikan untuk diaplikasikan ke bengkel.
2. Pihak perusahaan dapat mengembangkan usulan yang diberikan sebelum diaplikasikan ke bengkel.
3. Usulan yang diberikan belum memperhitungkan biaya yang dibutuhkan. Oleh karena itu, jika perusahaan hendak mengaplikasikan usulan tersebut, perusahaan perlu melakukan perhitungan biaya lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, Di dalam Dinas Pendapatan Daerah Jawa Barat (2018). Diunduh dari <https://jabar.bps.go.id/statictable/2018/03/19/416/jumlah-kendaraan-bermotor-umum-dan-bukan-umum-untuk-bpkb-menurut-cabang-pelayanan-di-jawa-barat-2016.html>
- Field, Andy, (2009), *Discovering Statistics Using SPSS*, London: Sage Publication Ltd,
- Gronroos, C, (2000) *Service Management and Marketing A Customer Relationship Management Approach*, John Wiley and Sons, Ltd., Hoboken
- IGNOU, 2017, *Certificate in Motorcycle Service and Repair (CMSR)*, Indira Gandhi National Open University (IGNOU)
- Hair, Joseph F. Black, William C. Babin Barry J and Anderson Rolph E, (2010), *Multivariate Data Analysis A Global Perspective*, Seventh Edition, Pearson
- Nasution H,M,N, 1996, *Manajemen Transportasi*, Penerbit Ghalia Indonesia
- Kotler, P., dan Keller, K, L, (2012), *Marketing Management, 14th edition, United States of America: Pearson Education*,
- Kotler, Philip, (2000), *Marketing Management*, Edisi Milenium, New Jersey: Prentice Hall Intl, Inc
- Nasution H,M,N, 1996, *Manajemen Transportasi*, Penerbit Ghalia Indonesia
- Parasuraman, A., Valarie Zeithaml, and Leonard Berry (1985), "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *Journal of Marketing* (Fall), 41 – 50,
- Payne, A,(2000), *Pemasaran Jasa, The Essence of Service Marketing*, Yogyakarta: Penerbit Andi,
- Rekik, R., Kallel, I., Alivmi, A,M,, 2016, *Ranking criteria based on fuzzy ANP for assessing E-commerce web sites*, In: *Proceedings of the Systems, Man, and Cybernetics (SMC), 2016 IEEE International Conference on*, IEEE, pp, 003469–003474,
- Sabharwal, N., Soch, H., Kaur, H., 2010, *Are we satisfied with incompetent services? A scale development approach for service recovery*, *J, SerV. Res*, 10 (1), 125–142,
- Sekaran, U, & Bougie, R, (2016), *Research Methods for Business A Skill Building Approach Seventh Edition*, Chichester: Willey,

- Yuen, E,F,, Chan, S,S,, 2010, *The effect of retail service quality and product quality on customer loyalty*, J, Database Mark, Cust, Strategy Manag, 17 (3–4), 222–240,
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., Berry, L, L,, 1990, *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*, The Free Press, New York,