

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran merupakan bab terakhir sebagai penutup dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dan saran ini diperoleh setelah melakukan penelitian terkait usulan perbaikan di AHASS Daya Adicipta Motora, dengan merinci faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang. Selain itu, terdapat juga rekomendasi serta usulan yang dapat diajukan untuk penelitian mendatang dengan tujuan meningkatkan kualitas penelitian selanjutnya. Dalam dua sub bab berikut, akan dibahas mengenai kesimpulan serta saran yang dapat diambil dan diberikan berdasarkan penemuan kesimpulan dari penelitian ini.

V.1 Kesimpulan

Pada subbab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan yang didapati dari hasil analisis dari keseluruhan pengerjaan yang telah dilakukan pada tahap-tahap sebelumnya. Kesimpulan dirancang memiliki tujuan untuk menjawab dari tujuan penelitian yang telah dirancang sebelumnya. Berikut merupakan hasil dari kesimpulan yang dapat diberikan dari penelitian ini:

1. Terdapat empat buah faktor yang mempengaruhi minat beli ulang pada AHASS Daya Adicipta Motora yaitu kualitas layanan, keunggulan produk/jasa, harga, serta kepuasan pelanggan yang menjadi variabel laten pada minat beli ulang. Hal ini dapat disimpulkan karena dari keempat faktor diatas memiliki nilai yang berpengaruh langsung pada uji *path coefficient* pada subbab sebelumnya.
2. Didapati empat usulan untuk AHASS Daya Adicipta Motora yaitu usulan perbaikan mengenai perancangan *Standard Operation Procedure* (SOP) untuk kebersihan, usulan perbaikan mengenai pemberian pelatihan yang teratur serta disiplin untuk setiap mekanik AHASS Daya Adicipta Motora dalam upaya meningkatkan kualitas layanan dan keunggulan jasa yang diberikan, menyediakan jasa layanan admin dalam upaya meningkatkan sarana komunikasi antara bengkel dengan konsumen, dan yang terakhir mengedukasi konsumen melalui poster yang telah dirancang dalam

upaya keunggulan produk yang dimiliki AHASS Daya Adicipta Motora merupakan produk/jasa yang memiliki harga sesuai dengan kualitas dan manfaat yang akan diberikan kepada konsumen.

V.2 Saran

Terdapat beberapa saran yang dapat dibagikan untuk peneliti-peneliti selanjutnya, dimana saran ini dirancang berdasarkan penarikan kesimpulan yang didapati dari seluruh pengerjaan penelitian ini. Diharapkan saran ini dapat dijadikan acuan untuk melakukan evaluasi bagi peneliti selanjutnya, berikut merupakan saran yang diberikan dari peneliti:

1. Penerapan usulan perbaikan perlu dievaluasi kembali sebelum diimplementasikan, dan dilakukan secara bertahap dengan melihat kondisi nyata di lapangan saat ini, juga memperhatikan penerapan usulan prioritas berdasarkan data yang telah diolah pada bab sebelumnya.
2. Untuk peneliti berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel yang lebih beragam seperti program promosi, layanan *customer service*, dan sebagainya dalam upaya hasil yang diberikan tidak serupa dengan penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2003. *Manajemen Pemasaran*, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip, (1997), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, 9th Ed., Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, Inc.
- Kotler (1997), *Service Quality Management in Hospitality, Tourism, and Leisure*
- Kotler, Philp & Armstrong, Gary. (201). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 8th. Erlanga: Jakarta.
- Armstrong, Kotler 2015, "*Marketing and Introducting Pretiece Hall twelfth edition*"
England : *Pearson Education*, Inc.
- Parasuraman, A, 1997, "*Reflections on Gaining Competitive Advantage Through Customer Value*" *Journal of The Academy of Marketing Science* Hair, 2017, "*A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*).
- Kraajewski, L.J. and Ritzman, L.P, (1990), *Operations Management: Strategy and Analysis*, Fourth Edition, Addison-Wesley publishing Company: Massachusetts.
- Bayhaqi, 2006, analisis pengaruh kualitas layanan, dan keunggulan produk terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada minat beli ulang (Auto Bridal Semarang Salon Mobil)
- Olive, Rachma, Andi, 2022, Pengaruh *Service Quality* dan *Price* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada Bengkel Honda AHASS Sukma Motor II
- Ni Wayan Pupuani & Eka Sulistyawati, 2013, pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen dan perilaku pembelian ulang.
- Burhan, Henny, Ignatius (2022) Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap minat beli ulang