

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang ditarik didasarkan pada tujuan penelitian yang telah dicantumkan pada Bab I. Di samping itu, saran diberikan kepada pihak PT Trimitra Bandung Mandiri agar kepuasan konsumen yang menggunakan jasa perusahaan dapat meningkat. Saran diberikan kepada peneliti yang akan mengambil topik yang sama dengan penelitian ini juga agar di kemudian hari penelitian yang dilakukan dapat memiliki proses dan hasil yang lebih baik.

V.1 Kesimpulan

Kesimpulan didapatkan dari proses dan hasil penelitian. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Atribut yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen pada PT Trimitra Bandung Mandiri berkaitan dengan kualitas jasa terdapat 16 atribut. Atribut tersebut antara lain:
 - A. Ketepatan waktu pengiriman produk pada PT Trimitra Bandung Mandiri.
 - B. Kecepatan pemberian pelayanan aftersales pada PT Trimitra Bandung Mandiri.
 - C. Keramahan pegawai PT Trimitra Bandung Mandiri.
 - D. Kesiediaan pegawai PT Trimitra Bandung Mandiri mendengarkan kemauan konsumen pada proses desain.
 - E. Kelengkapan peralatan pada proses pemasangan di PT Trimitra Bandung Mandiri
 - F. Respon pegawai PT Trimitra Bandung Mandiri terhadap keinginan konsumen pada pemasangan.
 - G. Ketelitian pengukuran yang dilakukan sales PT Trimitra Bandung Mandiri pada proses *survey*.
 - H. Jangka waktu garansi yang diberikan PT Trimitra Bandung Mandiri.

- I. Keadaan fasilitas yang dimiliki oleh PT Trimitra Bandung Mandiri.
 - J. Kemutakhiran peralatan yang dimiliki oleh PT Trimitra Bandung Mandiri.
 - K. Pengetahuan pegawai PT Trimitra Bandung Mandiri akan produk dan layanan perusahaan pada proses pemasangan.
 - L. Kepercayaan konsumen terhadap PT Trimitra Bandung Mandiri.
 - M. Kesigapan pegawai PT Trimitra Bandung Mandiri melayani konsumen dalam penerimaan *order* di kantor.
 - N. Kesigapan *customer service* PT Trimitra Bandung Mandiri melayani konsumen dalam penerimaan *order* di telepon.
 - O. Kelengkapan dokumen penagihan yang diberikan oleh pegawai PT Trimitra Bandung Mandiri.
 - P. Kerapihan pemasangan yang dilakukan oleh pegawai PT Trimitra Bandung Mandiri
2. Saat ini konsumen merasa puas pada:
- A. Kesiapan pegawai PT Trimitra Bandung Mandiri mendengarkan kemauan konsumen pada proses desain
 - B. Kelengkapan peralatan pada proses pemasangan di PT Trimitra Bandung Mandiri
 - C. Ketelitian pengukuran yang dilakukan *sales* PT Trimitra Bandung Mandiri.
 - D. Kepercayaan konsumen terhadap PT Trimitra Bandung Mandiri
 - E. Kelengkapan dokumen penagihan yang diberikan PT Trimitra Bandung Mandiri.
 - F. Kerapihan pemasangan yang dilakukan oleh pegawai PT Trimitra Bandung Mandiri
3. Prioritas perbaikan diberikan pada atribut-atribut yang terdapat pada kuadran I antara lain:
- A. Ketepatan waktu pengiriman produk pada PT Trimitra Bandung Mandiri.
 - B. Kecepatan pemberian pelayanan *aftersales* pada PT Trimitra Bandung Mandiri.
 - C. Keramahan pegawai PT Trimitra Bandung Mandiri.

- D. Respon pegawai PT Trimitra Bandung Mandiri terhadap keinginan konsumen pada pemasangan.
- E. Keadaan fasilitas yang dimiliki oleh PT Trimitra Bandung Mandiri.
- F. Kemutakhiran peralatan yang dimiliki oleh PT Trimitra Bandung Mandiri.
- G. Pengetahuan pegawai PT Trimitra Bandung Mandiri akan produk dan layanan perusahaan pada proses pemasangan.
- H. Kesigapan pegawai PT Trimitra Bandung Mandiri melayani konsumen dalam penerimaan *order* di kantor.
- I. Kesigapan *customer service* PT Trimitra Bandung Mandiri melayani konsumen dalam penerimaan *order* di telepon.

Usulan perbaikan yang diberikan berjumlah 18 usulan perbaikan. Usulan perbaikan yang diberikan berupa penambahan jumlah pegawai, pembuatan prosedur kerja, pembuatan *display sign*, penambahan dan perbaikan fasilitas, pemberian *training* pada pegawai serta pengaturan pada penjadwalan pengiriman.

V.2 Saran

Saran diberikan kepada PT Trimitra Bandung Mandiri agar kepuasan konsumen dapat semakin meningkat adalah sebaiknya PT Trimitra Bandung Mandiri memperbaiki atribut yang performansinya rendah sehingga menimbulkan ketidakpuasan dari konsumen yang menggunakan jasa, mempertahankan atribut yang memiliki performansi yang lebih atau sama dengan kepuasan konsumen ketika performansi atribut tinggi, serta tidak memberikan usaha yang berlebihan untuk meningkatkan atau memperbaiki atribut yang tidak mempengaruhi kepuasan konsumen.

Saran yang diberikan kepada para peneliti berikutnya juga yang akan meneliti topik yang serupa di kemudian hari adalah:

1. Apabila melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan di sebuah perusahaan yang memberikan jasa pemasangan, maka perlu di telaah terlebih dahulu proses-proses yang terdapat pada jasa pemasangan tersebut. Sehingga dapat diketahui akar masalah yang mempengaruhi kualitas jasa pada perusahaan tersebut. Mungkin saja masalah terdapat pada proses-proses yang menunjang pemasangan tersebut seperti

pada proses penerimaan *order*, pengiriman produk, pemasangan, bahkan pada proses *aftersales* setelah produk dipasang.

2. Memiliki komunikasi yang baik kepada konsumen-konsumen yang menggunakan produk, pegawai serta *owner* perusahaan penting untuk mengetahui akar permasalahan yang ada dan penyelesaian masalah dari persepsi konsumen, pegawai dan pemilik perusahaan.

Selain itu, dapat juga dilakukan penelitian dengan topik yang berbeda untuk menyelesaikan permasalahan pada PT Trimitra Bandung Mandiri. Seperti, perbaikan pada proses penjadwalan jarak antar pengiriman. Sehingga dapat dibuat penjadwalan yang terintegrasi antara urutan penerimaan *order*, kapasitas pegawai, serta jarak antar pengiriman.

DAFTAR PUSTAKA

- Fornell, C. (1992). National Customer Satisfaction Barometer : The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21.
- Gronroos, C.(2007).*Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition, 3rd Edition*. John & Wiley Sons, Ltd. Chichester.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed)*. New Jersey: Pearson Hall
- Huiskonen, J., & Pirttila, T. Sharpening Logistics Customer Service Strategy Planning by Applying Kano's Quality Element Classification. *International Journal of Production Economics*, 56-57 (1), 253-260.
- Kotler, P. (2009). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks. Kelompok Gramedia.
- Kroemer, K.H.E., Kroemer, H.B., & Kroemer-Elbert, K.E. (2001). *Ergonomics; How to Design for Easy & Efficiency*. New Jersey : Prentice-Hall Inc
- Lupiyoadi, R. & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta:Penerbit Salemba Empat.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L.(1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1) ,12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L.(1990). *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perceptions and Expectations*. The Free Press. New York.
- Piccolo, J.D., Machado, D..D.P.N., Tontini, G., Dockhom, M., Gava, S.D. (2016).Using Improvement Gap Analysis for the Management of Trade-Offs of Operational Strategies. *Journal of Management Development*, 23(1),48-59.
- Sekaran, U. (2000). *Research Methods fo Business; A Skill Building Approach*. New York :John Wiley & Sons.
- Sitorus, H.M., Fransiscus, H., Martin.(2013). Improvement Gap Analysis pada Rumah Makan X, 161-167. Diunduh dari: <https://www.academia.edu>

/7762719 / Improvement_Gap_Analysis_pada_Rumah_Makan_X

- Solomon, R. M., Marshall, G.W., & Stuart, E. W. (2012). *Marketing Real People, Real Choices, International Edition*. New Jersey: Pearson.
- Sutalaksana, I.Z., Anggawisastra, R., & Tjakraaatmadja, J.H. (1979). *Teknik Tata Cara Kerja*. Bandung:Departemen Teknik Industri ITB
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta:Andi.
- Tontini, G. & Picolo, J.D. (2010). Improvement Gap Analysis. *Managing Service Quality*, Vol.20 (6), 565-584.
- Tontini, G., & Silveria, A. (2007). Identification of Satisfaction Attributes Using Competitive Analysis of Improvement Gap. *International Journal of Operations & Production Management*, 27(5), 482-500.
- Tontini, G., & Solberg, S.K.(2014). How to Use Improvement Gap Analysis to Identify Which Incremental Innovations Should be Incorporated into Products.*Journal of Management Development*, 48 – 53. doi:10.1109 / ICMIT.2014 .6942399.
- Ulrich, K.T., & Eppinger, S.D. (2001). *Perancangan & Pengembangan Produk*. Salemba Teknika. Jakarta.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., & Gremler, D.D. (2010). Services Marketing Strategy. *Wiley International Encyclopedia of Marketing*, Vol.1, 208-218. doi:10.1002/9781444316568.wiem01055.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.