

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Dari penelitian yang telah dilakukan serta berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik beberapa kesimpulan dan saran, sebagai berikut :

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan :

1. Dari hasil *House of Quality*, karakteristik kebutuhan konsumen dinilai sangat penting berdasarkan prioritas perbaikan yang sebaiknya dilakukan perusahaan adalah sebagai berikut (dari yang terpenting):
 - Kenyamanan ruang tunggu bengkel
 - Pihak/mekanik memahami akan kebutuhan/keinginan konsumen
 - Kewajaran harga jasa dan suku cadang
 - Kebersihan kendaraan setelah perbaikan
 - Jam kerja bengkel yang nyaman
 - Mekanik yang cepat tanggap dalam menangani keluhan

- Bengkel yang dapat dipercaya dan diandalkan dalam menangani masalah konsumen
- Ketersediaan pihak bengkel membantu konsumen
- Bengkel memberikan pelayanan yang cepat dan baik
- Pihak/mekanik bengkel memberikan perhatian secara pribadi terhadap kepentingan konsumen
- Pelayanan yang sopan dan ramah dari pihak dan mekanik bengkel
- Perasaan aman selama berurusan (service) dengan bengkel
- Kualitas service yang diberikan
- Adanya kejelasan perincian biaya perawatan/perbaikan
- Kejelasan informasi setelah perbaikan oleh mekanik
- Ketersediaan suku cadang
- Peralatan bengkel yang lengkap dan memadai untuk mendukung kegiatannya
- Kemudahan memperoleh suku cadang

2. Perbaikan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan para konsumennya berdasarkan lima dimensi kualitas jasa karakteristik kebutuhan konsumen adalah sebagai berikut:

- Pada karakteristik kebutuhan konsumen dimensi *tangible*, meliputi menyediakan fasilitas bahan bacaan, menambahkan ketersediaan tempat duduk, menjaga kebersihan ruang tunggu dan toilet, memeriksa ulang dan menjaga kebersihan kendaraan setelah perbaikan, menyediakan peralatan yang canggih untuk mendukung kegiatan operasional, mengganti peralatan yang tidak layak pakai.
- Pada karakteristik kebutuhan konsumen dimensi *reliability*, meliputi menjawab dan memberikan rincian biaya setelah perbaikan, mengadakan evaluasi setiap minggu.
- Pada karakteristik kebutuhan konsumen dimensi *responsiveness*, meliputi melakukan semua tugas dengan baik, melakukan pekerjaan sesuai yang diinginkan konsumen, mengadakan pelatihan setiap minggu ke-2 & ke-4.
- Pada karakteristik kebutuhan konsumen dimensi *assurance*, meliputi harga sesuai dengan kualitas suku cadang, varian suku cadang yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan konsumen, melakukan benchmark dengan perusahaan lain bila diperlukan.

- Pada karakteristik kebutuhan konsumen dimensi *emphaty*, meliputi berinteraksi dengan konsumen dengan baik, bersikap ramah dan sopan kepada konsumen, pemberian intensif kepada karyawan bila ada tambahan jam operasional, penambahan jam operasional bengkel.

5.2 Saran

- Sebaiknya dalam memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen perusahaan juga perlu memperhatikan kenyamanan konsumen selama berada di dalam bengkel, dengan seluruh karyawan bengkel Mufi Mandiri Motor harus memiliki tanggung jawab yang sama dalam menjaga kebersihan ruang tunggu maupun toilet bengkel, memberikan kelengkapan fasilitas sarana penunjang seperti majalah dan koran kepada konsumen agar konsumen dapat menunggu di ruang tunggu dengan nyaman.
- Perlunya menjaga komunikasi yang intensif di dalam bengkel maupun komunikasi eksternal dengan konsumen. Interaksi yang baik dengan konsumen dapat menciptakan dan menjalin hubungan antara loyalitas konsumen dengan bengkel untuk terus memakai jasa perbaikan dan perawatan di bengkel tersebut.

- Agar mendapatkan kualitas kinerja yang baik sebaiknya pihak bengkel perlu memperbaiki kualitas pelayanannya dalam memberikan pengarahan secara periodik dan evaluasi kerja kepada seluruh karyawan dengan mengadakan program pelatihan berkala kepada mekanik sehingga dapat menambah pengalaman, ketrampilan dan keahlian mekanik untuk bekerja lebih cepat, baik dan cekatan dalam menangani keluhan masalah kendaraan konsumen.
- Bengkel Mufi Mandiri Motor perlu melakukan perbaikan secara terus-menerus (*Continuous improvement*) dan mengembangkan kebutuhan konsumen yang diperoleh dari penelitian ini sesuai dengan informasi yang diperoleh atas masukan dari para konsumen.