

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dan hasil analisis yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa yang dilaksanakan Hard Shine dengan keputusan berkunjung, maka penulis dapat mengambil simpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan program bauran pemasaran jasa yang telah dilakukan Hard Shine adalah dengan memberikan beberapa pilihan layanan cuci mobil, terletak pada jalan yang strategis sehingga memudahkan konsumen untuk mencapai lokasi, memberikan harga yang terjangkau, menawarkan potongan harga, memberikan informasi yang luas serta menyediakan fasilitas-fasilitas yang dapat dinikmati pengguna jasa, menempatkan tenaga kerja yang ahli di bidangnya, dan memberikan proses kerja yang maksimal. Semua ini dilakukan oleh Hard Shine dengan tujuan agar dapat mempengaruhi pengguna jasa untuk berkunjung ke Hard Shine atas bauran pemasaran jasa yang diberikan oleh pihak Hard Shine.
2. Pada umumnya tanggapan pengguna jasa atas pelaksanaan bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh Hard Shine adalah cukup baik. Hal ini dapat terlihat dari beberapa variable pernyataan mengenai mutu pelaksanaan bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh Hard Shine, di mana mayoritas responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap mutu dari pelaksanaan bauran pemasaran jasa Hard Shine. Seperti beberapa contoh yang menurut hasil penelitian sangat berpengaruh terhadap keputusan berkunjung adalah, tersedianya beberapa pilihan layanan, keramahan karyawan, keahlian karyawan di bidangnya, kecepatan dalam proses pengerjaan. Namun beberapa factor masih dirasakan tidak terlalu berpengaruh

terhadap keputusan berkunjung oleh responden seperti pilihan harga, lokasi yang strategis, informasi yang diperoleh dari selebaran / brosur, kelengkapan peralatan – peralatan yang mendukung proses pengerjaan.

3. Berdasarkan analisis yang telah penulis lakukan, penulis menyatakan bahwa faktor bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, dan bernilai positif 0,287. Dengan kata lain faktor Bauran Pemasaran Jasa mempengaruhi Keputusan Berkunjung sebesar 28,7 % sedangkan 71,3 % dipengaruhi oleh faktor lain.

## 5.2 Saran

Mengingat masih ada konsumen atau pengguna jasa yang memberikan penilaian yang kurang baik atas pelaksanaan program bauran pemasaran jasa yang dilakukan Hard Shine, maka berikut penulis mengemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan. Saran-saran tersebut antara lain adalah :

1. Hard Shine diharapkan dapat melakukan strategi bauran pemasaran jasa yang lebih baik di masa yang akan datang, dengan tetap mempertahankan faktor – faktor bauran pemasaran jasa yang telah mendapat tanggapan baik dari para pengguna jasa, serta lebih memusatkan perhatian pada perbaikan faktor bauran pemasaran jasa yang mempengaruhi keputusan berkunjung ke Hard Shine.
2. Walaupun pelaksanaan bauran pemasaran memperoleh tanggapan yang baik dari responden, diharapkan Hard Shine dapat lebih meningkatkan pelaksanaan bauran pemasaran jasa, misalnya:
  - Untuk produk, diharapkan menciptakan inovasi – inovasi untuk menambah pilihan layanan, sehingga di harapkan untuk menjadi yang terbaik di bidangnya

- Untuk harga, diharapkan tetap menjaga tingkat harga sehingga tetap mampu bersaing terhadap perusahaan lain yang sejenis.
- Untuk promosi, diharapkan adanya promosi yang lebih menarik. Contoh, setelah cuci 10 kali mendapat cuci gratis 1 kali.
- Untuk Orang, diharapkan mampu mempertahankan kinerja yang telah dicapai sekarang, dan lebih termotivasi untuk ke depannya sehingga dapat lebih maksimal dalam melayani konsumen.
- Untuk proses, diharapkan mampu mempertahankan kinerja yang telah dicapai, dan untuk ke depannya diharapkan semakin detail dalam proses pengerjaannya.