

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas jasa bengkel “X” Bandung menurut konsumennya, sebagian besar konsumen menilai kualitas jasa bengkel “X” buruk. Gambaran umum penilaian 52 konsumen adalah sebagai berikut :

- 24 konsumen (46,2 %) menilai personel di bengkel “X” sangat handal dan akurat dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan.
- 30 konsumen (57,7 %) menilai personel bengkel “X” belum memiliki kemauan untuk membantu mereka dan menyediakan jasa dengan tanggap.
- 26 konsumen (50 %) menilai penyesuaian proses penyampaian jasa di bengkel “X” mencerminkan personel bengkel “X” memiliki kemauan yang tinggi untuk membantu mereka dan menyediakan jasa dengan tanggap.
- 34 konsumen (65,4 %) menilai pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan personel bengkel “X” belum dapat membuat mereka merasa percaya dan yakin.
- 30 konsumen (57,7 %) menilai penampilan fasilitas fisik dan semua komponen berwujud di bengkel “X” sangat meyakinkan.
- 28 konsumen (53,8 %) menilai personel bengkel “X” belum memperhatikan mereka.
- 35 konsumen (67,3 %) menilai proses penyampaian jasa di bengkel “X” mencerminkan personel bengkel “X” memperhatikan mereka.

- 28 konsumen (53,8 %) menilai penampilan personel bengkel “X” baik.
- 29 konsumen (55,8 %) menilai penampilan fasilitas fisik dan semua komponen berwujud di bengkel “X” kurang baik.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Penelitian Lanjutan**

- Peneliti mengajukan saran kepada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian terkait perilaku konsumen, untuk meneliti kepuasan konsumen secara menyeluruh pada perusahaan yang menawarkan produk utama berupa barang yang didukung oleh jasa.
- Selain itu peneliti juga mengajukan saran untuk meneliti faktor – faktor yang paling dominan dalam membentuk atau mempengaruhi harapan konsumen, khususnya konsumen yang berdomisili di Indonesia.

### **5.2.2 Saran Guna Laksana**

- Berdasarkan penilaian konsumen mengenai kurangnya kemauan karyawan bengkel “X” untuk membantu konsumen dan menyediakan jasa dengan tanggap, dan kurangnya perhatian karyawan bengkel “X” terhadap konsumen, maka peneliti menyarankan kepala bengkel “X” untuk mengadakan suatu diskusi dengan karyawannya untuk membahas pentingnya orientasi pada konsumen di tengah – tengah persaingan antar bengkel.

- Berdasarkan penilaian konsumen mengenai kurangnya kemampuan karyawan bengkel “X” untuk dapat meyakinkan konsumen dalam menggunakan oli merk tertentu, maka peneliti menyarankan kepala bengkel “X” untuk memberitahukan cara menawarkan oli sepeda motor yang tidak membingungkan konsumen pada karyawan suku cadang di bengkel “X”.
- Berdasarkan penilaian konsumen mengenai lambatnya karyawan bagian suku cadang bengkel “X” dalam menemukan suku cadang yang diminta, maka peneliti menyarankan kepala bengkel “X” untuk membenahi rak suku cadang.