

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

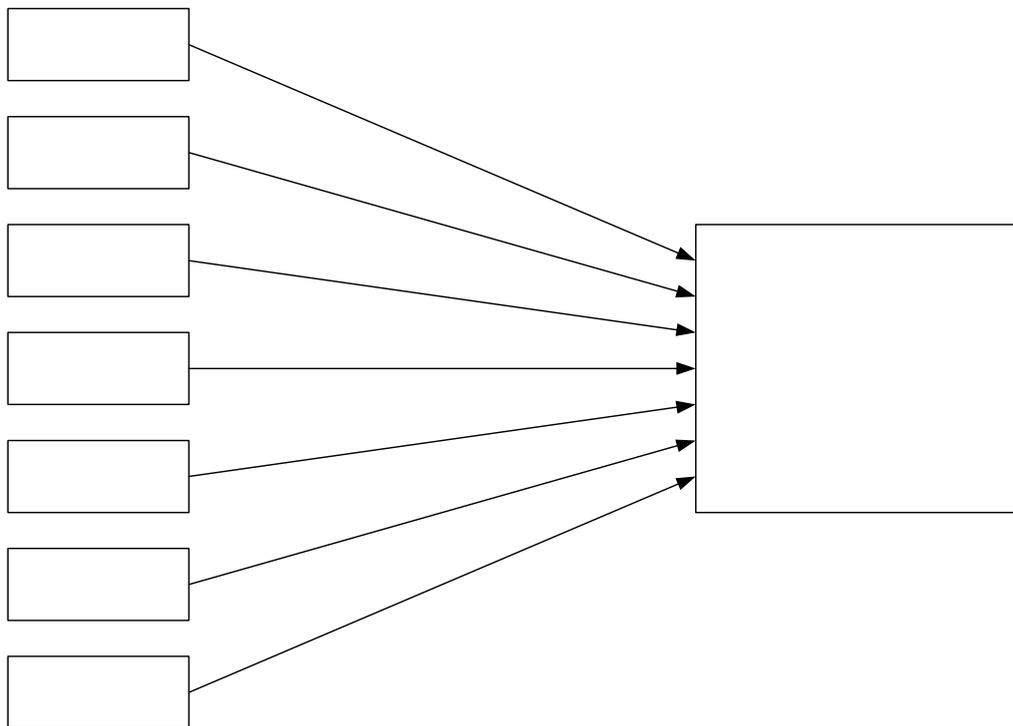
Berbagai kesimpulan yang dapat ditarik oleh penulis dari hasil penelitian ini adalah:

1. Variabel *evidence of service* memiliki pengaruh sebesar 68,1% terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Artinya, 3 dimensi dari *evidence of service* yaitu *people*, *process* dan *physical evidence* memiliki pengaruh atau signifikansi terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).
2. Dari ke tiga dimensi *evidence of service*, yang paling berpengaruh adalah dimensi *process*, yaitu memiliki koefisien  $\beta$  sebesar 0,515, sedangkan ke-2 faktor lainnya yaitu, *physical evidence* dan *people*, masing-masing menunjukkan nilai koefisien  $\beta$  *physical evidence* sebesar 0,265 dan nilai koefisien  $\beta$  *people* sebesar 0,188.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Dilakukan penelitian serupa yaitu *evidence of service*, ditambah dengan bauran pemasaran (*marketing mix*), yang terdiri dari dimensi *product*, *price*, *place* dan *promotions* sehingga menjadi 7P, yang dapat diterapkan terhadap perusahaan yang sama maupun yang lain untuk dapat dilakukan perbandingan terhadap hasil penelitian ini. Adapun bentuk penelitiannya dapat dilihat dalam contoh skema dibawah.



**Gambar 5.1**  
**Bagan penelitian baru (Kotler 2003)**

2. Penambahan dan mencari variabel baru yang lebih memberikan dukungan atau bukti yang lebih kuat terhadap tingkat kepuasan pelanggan yang memperbaiki motornya di AHASS.

**Saran bagi perusahaan adalah:**

Mengacu pada hasil penelitian yang telah dilakukan, maka sebaiknya perusahaan selain berupaya meningkatkan kualitas dari jasa utama yang ditawarkannya tersebut (memperbaiki motor), meningkatkan faktor pendukung jasa, misalnya dari segi:

- *People*, menambah kualitas pelayanannya misalnya pada ruang tunggu, misalnya menambah karyawan yang bertugas memberikan sesi tanya jawab tentang seputar tips-tips / kiat merawat sepeda motor, sehingga konsumen tidak merasa bosan ketika menunggu sepeda motor nya di servis.
- *Physical evidence*, menambah fasilitas yang baru serta unik yang tidak / belum dimiliki pesaing (khususnya untuk daerah yang sama). Seperti teknologi perbaikan motor yang terbaru (misalnya: Mesin servis yang menggunakan sistem komputerisasi / Digital).