

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

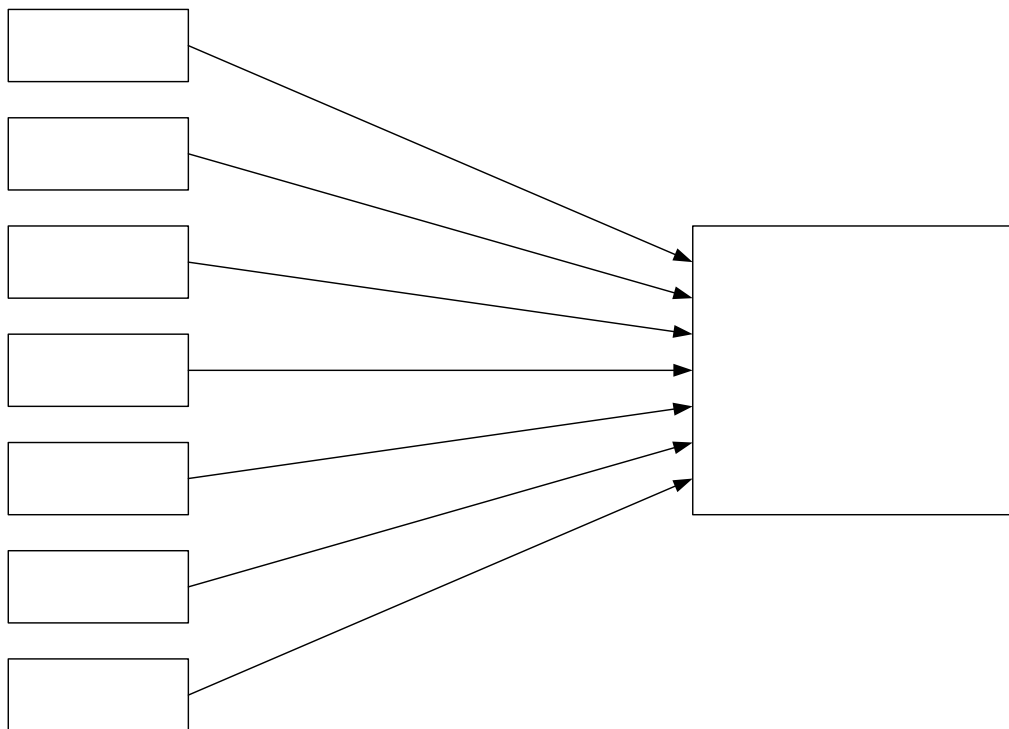
Berbagai kesimpulan yang dapat ditarik oleh penulis dari hasil penelitian ini adalah:

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 β sebesar 0,515, sedangkan ke-2 faktor lainnya yaitu, *physical evidence* dan *people*, masing-masing menunjukkan nilai koefisien β *physical evidence* sebesar 0,265 dan nilai koefisien β *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).