

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan dari penelitian ini. Adapun kesimpulan tersebut terdapat seperti dibawah ini.

6.1.1. Kesimpulan Kesenjangan Antara Harapan Dengan Persepsi Konsumen (Gap 5)

Dilihat dari nilai rata-rata Servqual (tingkat kepuasan) lebih kecil dari nol, yaitu -0.76, maka kualitas pelayanan yang diberikan Bengkel *Service Mobil Khusus Hyundai* tidak sesuai dengan harapan konsumen, atau belum dapat memuaskan konsumennya.

Dari hasil pengujian hipotesis (uji z) untuk tiap dimensi dan item diperoleh hasil yang sama, yaitu seluruh dimensi dan item memiliki kesimpulan terdapat perbedaan yang nyata antara harapan dan persepsi konsumen.

Kedua hasil perhitungan tersebut memperkuat pernyataan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bengkel *Service Mobil Khusus Hyundai* memang belum dapat memuaskan konsumen.

6.1.2. Kesimpulan Kesenjangan Antara Harapan Konsumen Dengan Persepsi Manajemen (Gap 1)

Terdapatnya kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen. Dimana untuk semua dimensi persepsi manajemen lebih rendah dibandingkan dengan harapan konsumen.

Dari hasil pengujian hipotesis (uji Z) gap 1 untuk masing-masing dimensi dapat dilihat bahwa untuk dimensi bukti langsung dan keandalan, manajemen memiliki persepsi yang tidak terlalu jauh dengan harapan konsumen. Sedangkan

untuk dimensi daya tanggap, jaminan, dan empati, manajemen memiliki persepsi yang berbeda dengan harapan konsumen.

Sedangkan dari hasil uji Z gap 1 untuk masing-masing item dapat dilihat bahwa dari hasil perhitungan diperoleh hasil untuk item pernyataan 1,2,7,8,11,15,16 menunjukkan bahwa manajemen mengetahui dengan jelas harapan konsumen. Sedangkan untuk item pernyataan 3,4,5,6,9,10,12,13,14,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30,31 adalah menunjukkan bahwa manajemen tidak mengetahui dengan jelas harapan konsumen untuk item-item pernyataan tersebut.

6.1.3. Kesimpulan Kesenjangan Antara Persepsi Manajemen Dengan Spesifikasi Kualitas Layanan (Gap 2)

Persepsi karyawan terhadap standar yang telah diberikan oleh pihak manajemen secara umum hampir sama untuk tiap dimensi, yaitu bengkel memiliki standar lisan maupun tertulis yang telah dikomunikasikan ke seluruh bagian.

6.1.4. Kesimpulan Kesenjangan Antara Spesifikasi Mutu Layanan Dengan Sajian Layanan (Gap 3)

Terdapatnya kesenjangan antara spesifikasi layanan dengan sajian layanan, yang terlihat dari adanya item nomor 16,17,26,30 dengan nilai rata-rata dibawah 2.5, menunjukkan bahwa konsumen tidak puas dengan standarisasi yang telah ditetapkan perusahaan. Hal ini dikarenakan karyawan tidak melaksanakan standarisasi yang telah dibuat perusahaan. Dan item nomor 1 sampai dengan 15, 18 sampai dengan pernyataan 25,27,28,29, dan 31 mempunyai nilai rata-rata di atas 2.5, menunjukkan bahwa konsumen telah merasa puas dengan standarisasi perusahaan

6.1.5. Kesimpulan Kesenjangan Antara Penyajian Layanan Dengan Komunikasi Eksternal (Gap 4)

Pada Gap 4 ini dapat dilihat bahwa semua karyawan bengkel berpersepsi bahwa telah konsisten dalam memenuhi janji kepada konsumen, walaupun pada

kenyataannya konsumen tidak puas terhadap kualitas layanan yang diberikan. Hal ini dapat terlihat dari ada satu variabel yang tidak memuaskan konsumen, yaitu pernyataan “**Pemberitahuan Paket Service Melalui Surat atau Telpon**”, dimana pernyataan ini belum sesuai dengan harapan konsumen, bila dilihat dari pengolahan data dengan menggunakan metoda Servqual.

6.1.6. Kesimpulan Faktor Penting Untuk Ditingkatkan Dalam Pemilihan Jasa Bengkel Service Khusus

Dari hasil pengumpulan data awal, yang ditujukan kepada beberapa pengguna/pemilik mobil Hyundai, diketahui faktor-faktor yang dipentingkan oleh mereka dalam memilih suatu pelayanan jasa bengkel *service* khusus, diantaranya:

- Kecukupan jumlah montir yang tersedia
- Montir teliti dalam menangani pekerjaannya
- Montir yang jujur, ramah, sopan, dan sabar
- *Service Advisor* cepat tanggap terhadap keluhan konsumen
- Peralatan bengkel dan *spare part* yang lengkap
- Kebersihan ruang tunggu bengkel
- Kenyamanan ruang tunggu bengkel
- Tersedianya air minum yang bervariasi diruang tunggu
- Tersedianya bacaan (koran / bacaan) yang *up to date* diruang tunggu
- Keramahan dari kasir

6.2.Saran

Saran yang diharapkan dapat membantu pihak Bengkel *Service* Mobil Khusus Hyundai untuk meningkatkan kualitas layanan, adalah:

6.2.1 Saran Hasil Penelitian

- a. Kesenjangan Antara Harapan Konsumen Dengan Persepsi Konsumen (Gap 5)

- Mencari informasi tentang harapan konsumen, dengan menyediakan kotak kritik dan saran, untuk kemudian hasilnya dikomunikasikan dengan karyawan agar dapat direalisasikan.
 - Melakukan pelatihan untuk semua aspek yang meliputi ketrampilan, pengetahuan dan sikap pada karyawan, sehingga pelayanan terhadap konsumen akan lebih baik lagi.
 - Peralatan bengkel harus lengkap dan berfungsi dengan baik, serta *spare part* tersedia dibengkel.
 - Pemasangan gordyn atau *krei* di ruang tunggu
 - Penyediaan bacaan yang lebih *up to date* lagi.
- b. Kesenjangan antara Harapan Konsumen dengan Persepsi Manajemen (Gap 1)
- Pihak manajemen sebaiknya mencari informasi mengenai harapan konsumen, yaitu dengan cara menyediakan kotak kritik dan saran di bengkel, sehingga dari kritik dan saran / masukkan yang diberikan oleh konsumen tersebut dapat diketahui apa yang menjadi harapan konsumen terhadap kualitas layanan bengkel.
 - Antara pihak manajemen dengan karyawan sebaiknya mengadakan pertemuan secara teratur dengan tenggang waktu yang tidak terlalu lama, yaitu untuk membicarakan masalah-masalah yang berhubungan dengan harapan konsumen, sehingga saran dan harapan konsumen dapat dikomunikasikan dan diusahakan oleh bengkel untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan bengkel.
- c. Kesenjangan antara Persepsi manajemen dengan spesifikasi kualitas jasa layanan(Gap 2)
- Standar tertulis berisi standar-standar kinerja bagi tiap departemen pekerjaan lebih dikomunikasikan lagi agar setiap karyawan tidak hanya mengetahui standar kinerja yang menjadi tugasnya saja, tetapi juga standar kinerja seluruh bagian pekerjaan. Standar-standar tersebut tidak hanya dikomunikasikan saja,

tetapi ditempelkan ditempat-tempat yang sering terlihat oleh karyawan yang bersangkutan.

- Khusus untuk *Service Advisor* , walaupun mereka telah mengetahui standar-standar umum pelayanan yang telah ditetapkan, namun sebaiknya standar tetap dituliskan pada standar kinerja di bengkel, agar lebih jelas dan terperinci lagi.
- Pembagian standar yang dilakukan pada waktu pertemuan (yang harus dihadiri oleh seluruh karyawan) dan kepala bengkel bertugas untuk menjelaskan secara rinci standar tersebut, agar tidak ada perbedaan persepsi antara manajemen dengan karyawan.

d. kesenjangan yang terjadi antara penyajian layanan dengan komunikasi eksternal(Gap 4)

Usulan yang dapat diberikan penulis adalah sebaiknya sebelum dan sesudah memberikan janji dari bengkel, setiap pihak dalam bengkel(baik manajemen dan karyawan) melakukan pertemuan untuk membicarakan masalah tersebut, dan melakukan evaluasi terhadap kinerja masing-masing bagian secara rutin(1 minggu sekali)

6.2.2 Saran Untuk Bengkel *Service Mobil Khusus Hyundai Secara Keseluruhan*

Penulis memberikan saran untuk Bengkel *Service Mobil Khusus Hyundai*, yaitu :

- Adanya komunikasi, kerjasama dan koordinasi yang baik antara pihak manajemen dengan karyawan. Contohnya : Kepala bengkel sering berinteraksi dan memantau langsung kinerja karyawan dilapangan, sesama karyawan mau membantu agar lebih baik dalam bekerja serta berusaha untuk tidak bersaing secara tidak sehat.
- Pihak manajemen dan karyawan sebaiknya melakukan introspeksi diri yang objektif atas perilaku dan pelayanan kepada konsumen yang telah dilakukan

selama ini, dan tidak menolak perubahan yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan bengkel

- Bengkel melakukan promosi mengenai kualitas pelayanan kepada masyarakat luas, dan terlebih dahulu sebaiknya antara pihak manajemen dengan karyawan melakukan pertemuan yang membahas promosi yang akan dilakukan. Hal ini perlu dilakukan agar apa yang nantinya akan dikemukakan dalam memberikan janji tidak berbeda dengan kenyataan yang diberikan.

6.2.3 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

1. Ruang lingkup penelitian tidak hanya di Bengkel Service Mobil Khusus Merek Hyundai PT."X" Bandung saja, tetapi bisa dengan membandingkan kualitas pelayanan jasa antar PT. yang mempunyai Bengkel Service Mobil Khusus Merek Hyundai.
2. Ruang lingkup penelitian tidak hanya pemilik mobil saja, tetapi dengan supir yang telah lama mengemudikan mobil yang akan diservice.
3. Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan pemberian kuesioner terbuka, untuk mengetahui harapan-harapan/kebutuhan-kebutuhan tersembunyi (*hidden needs*) dari konsumen.