

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai kepuasan dan loyalitas Pelanggan Bengkel Mobil Enggal adalah sebagai berikut.

1. Karakteristik Pelanggan Bengkel mobil Enggal adalah berjenis kelamin laki-laki dengan usia 41 hingga 50 tahun. Pekerjaan mayoritas Pelanggan Bengkel mobil Enggal adalah Pegawai swasta dengan pendidikan terakhir responden adalah tamatan SMA dan berasal dari kalangan ekonomi menengah karena mengeluarkan uang tiap bulannya dari Rp. 2.000.000,00 hingga Rp 4.000.000,00
2. Berdasarkan Hasil Analisis Faktor terbentuk 16 faktor dari indikator-indikator ROPMIS kepuasan pelanggan, dimana faktor-faktor tersebut saling independen antara faktor yang satu dengan faktor yang lain. Adapun faktor yang terbentuk dari analisis faktor adalah Faktor Tanggung Jawab Sosial yang di dominasi oleh variabel *Social Responsibility* dan *Image* dengan keragaman yang diberikan sebesar 24,206 persen. Faktor pelayanan *service Spoorring & Balancing* yang didominasi oleh variabel *Outcome* dengan keragaman yang diberikan sebesar 6,244 persen. Faktor Pelayanan *Service Ganti Oli* di dominasi oleh variabel *Outcome* dan *Social Responsibility* dengan keragaman yang diberikan sebesar 5,525 persen. Faktor Pelayanan *service Rem* di dominasi oleh variabel *Outcome* dan *Management* dengan keragaman yang diberikan sebesar 4,971 persen. Faktor Pelayanan *Service Tune Up* didominasi oleh variabel *Outcome* dengan keragaman yang diberikan sebesar 4,256 persen. Faktor kinerja manajemen di dominasi oleh variabel *Management* dan *Process* dengan keragaman yang diberikan sebesar 3,781

persen. Faktor Kemudahan Klaim Garansi di dominasi oleh variabel *Management* dan *Outcome* dengan keragaman yang diberikan sebesar 3,655 persen. Faktor pelayanan *service onderstel* di dominasi oleh variabel *Outcome* dengan keragaman yang diberikan sebesar 3,276 persen. Faktor kenyamanan di dominasi oleh variabel *Image* dan *Outcome* dengan keragaman yang diberikan sebesar 3,224 persen. Faktor Komunikasi di dominasi oleh variabel *Process* dengan keragaman yang diberikan sebesar 3,001 persen. Faktor Jaringan di dominasi oleh variabel *Social Responsibility* dan *Image* dengan keragaman yang diberikan sebesar 2,644 persen. Faktor Tampilan Bengkel di dominasi oleh variabel *Resource* dan *Outcome* dengan keragaman yang diberikan sebesar 2,577 persen. Faktor Kondisi fasilitas Bengkel di dominasi oleh variabel *Resource* dan *Outcome* dengan keragaman yang diberikan sebesar 2,464 persen. Faktor kecepatan kerja di dominasi oleh variabel *Process* dan *Outcome* dengan keragaman yang diberikan sebesar 2,316 persen. Faktor Fasilitas Fisik di dominasi oleh variabel *Resource* dengan keragaman yang diberikan sebesar 2,217 persen. Faktor komitmen karyawan di dominasi oleh variabel *Management* dengan keragaman yang diberikan sebesar 2,05 persen. Pada Variabel *Outcome*, keragaman antar *Outcome* ternyata menunjukkan adanya kondisi saling independent dan berkontribusi besar dari sisi cakupan variansnya dan ternyata terlihat bahwa kepuasan setiap jenis outcome service itu saling independent. Pada Variabel *Outcome* terdapat faktor pelayanan *service Spooring & Balancing* yang merupakan variabel yang memiliki persepsi pelanggan yang masih sangat beragam sedangkan untuk variabel *Management* terdapat faktor komitmen karyawan yang merupakan variabel yang memiliki persepsi yang sama dan tidak jauh berbeda antar pelanggan.

3. Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI) Corporate lebih tinggi 0.14 % dibandingkan dengan Indeks Kepuasan Pelanggan

(CSI) Individu. Kepuasan pelanggan pada dua kelompok pelanggan baik pelanggan Individu maupun Corporate masuk dalam kategori sangat puas.

4. Indeks Loyalitas untuk pelanggan individu lebih tinggi 9.1% dibandingkan pelanggan Corporate yang menunjukkan bahwa pelanggan individu jauh lebih loyal. Nilai loyalitas ini dirasa sudah cukup baik dikarenakan banyaknya persaingan Bengkel Mobil di Kabupaten Gresik
5. Pengembangan Jasa yang dapat dilakukan oleh pihak Bengkel Mobil Enggal adalah dengan melakukan Service Improvement pada faktor pelayanan Service spooring & balancing dan pelayanan service Tune Up. Secara keseluruhan Service spooring & balancing sudah mencapai Indeks kepuasan konsumen 82,5%. Pengembangan diperlukan untuk jenis service yang masih rendah, misalnya service Tune Up dengan indeks kepuasan sebesar 81,89 %

5.2 Saran

Saran yang diberikan berdasarkan hasil kesimpulan tersebut adalah.

1. Untuk penelitian selanjutnya, dapat ditambahkan perhitungan customer lifetime value untuk mengetahui lama seorang pelanggan akan bertahan menggunakan jasa suatu perusahaan.
2. Untuk pemilik Bengkel Mobil Enggal, Pelayanan Service Spooring & Balancing memiliki varians terbesar dimana persepsi pelanggan terhadap pelayanan Service spooring & balancing ini masih sangat beragam. sehingga pihak Bengkel perlu melakukan perbaikan pada beberapa alat, system dan prosedur checkingnya. Serta jika dilihat berdasarkan faktor Tanggung Jawab Sosial, faktor ini sangat berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan sehingga pihak Bengkel harus membuat SOP yang jelas dikarenakan faktor inilah yang kinerjanya harus terus ditingkatkan kedepannya.