

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian & pembahasan pada BAB IV mengenai Pengaruh Bauran Pemasaran *Non-Tradisional (People, Process, Physical evidence)* terhadap kepuasan pelanggan pada pelayanan bengkel di CV.Mitra Jaya Bandung maka hasil penelitian ini dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan akumulasi tanggapan responden mengenai Bauran Pemasaran *Non-Tradisional (People, Process, Physical evidence)* terhadap kepuasan pelanggan pada pelayanan bengkel di CV.Mitra Jaya Bandung dengan skor 4.732 dari skor maksimumnya 6.800, ini dilihat bahwa skor 4.732 berada di garis kontinum dengan kategori “Baik” artinya, Bauran pemasaran yang diperluas (*expanded marketing mix for service*) pada kegiatan pelayanan purna jual (*After Sales Service*) di CV.Mitra Jaya Honda Bandung dinilai baik oleh para pelanggan. Karena dibalik masih banyaknya pelanggan yang tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh bengkel CV.Mitra Jaya ini sebagian dari pelanggan itu pun menyatakan puas terhadap penerapan Bauran Pemasaran *Non-Tradisional (People, Process, Physical evidence)*. Namun pada kenyataannya penerapan Bauran Pemasaran *Non-Tradisional (People, Process, Physical evidence)* di bengkel CV.Mitra Jaya ini masih belum cukup baik dan banyak juga pelanggan yang merasa tidak puas dengan kondisi tersebut. Ini didapatkan dari kegiatan pra-survei yang dilakukan oleh penulis di bengkel CV.Mitra Jaya ini. Permasalahan

ini khususnya terdapat pada indikator Bauran Pemasaran Non-Tradisional (*People, Process, Physical evidence*) dengan indikator Bukti fisik (*physical evidence*) yang meliputi Posisi Plang Logo Honda yang kurang strategis, Ruang Tunggu *Service* yang masih belum efektif dan masih memiliki fasilitas yang terbatas dan Kebersihan Toilet yang belum maksimal .

2. Berdasarkan akumulasi tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan pada kegiatan pelayanan bengkel di CV.Mitra Jaya Honda Bandung dengan skor 1.263 dari skor maksimumnya 1.700, ini dilihat bahwa skor 1.263 berada di garis kontinum dengan kategori “baik” artinya, kepuasan pelanggan pada kegiatan pelayanan bengkel di CV.Mitra Jaya Honda Bandung dinilai baik oleh para pelanggan. Alasan yang menyebabkan bahwa pada kepuasan pelanggan pada kegiatan pelayanan bengkel di CV.Mitra Jaya Honda Bandung berada di kategori baik karena masih banyak pelanggan yang menyatakan puas terhadap kegiatan pelayanan bengkel di CV.Mitra Jaya Honda Bandung walaupun pada kenyataannya masih banyak pelanggan servis yang tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh bengkel CV.Mitra Jaya ini khususnya pada indikator “Kualitas pelayanan”. Disini meliputi kepuasan pelayanan terhadap hasil (perbaikan atau pemeliharaan) dari sepeda motor pelanggan yang masih tidak sesuai dengan harapan pelanggan.
3. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan *SPSS Versi 22.00 for windows*, yang dilihat dari Analisis determinasi diperoleh angka  $R^2$  ( $R$  Square) sebesar 0,347 atau (34,7%) hal ini menunjukkan bahwa presentase

sumbangan pengaruh variabel independen Bauran Pemasaran Non-Tradisional (*People, Process, Physical evidence*) terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif sebesar 34,7%. Atau dalam arti lain variabel independen yang digunakan dalam model Bauran Pemasaran Non-Tradisional (*People, Process, Physical evidence*) mampu menjelaskan sebesar 34,7% terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan), sedangkan sisanya sebesar 65,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Adanya pengaruh lain yang mempengaruhi Bauran Pemasaran Non-Tradisional (*People, Process, Physical evidence*) terhadap kepuasan pelanggan pada pelayanan bengkel di CV.Mitra Jaya Bandung yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh variabel penyebab Bauran Pemasaran Non-Tradisional (*People, Process, Physical evidence*) tetapi ada pengaruh lain selain variabel penyebab yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ini merupakan variabel-variabel yang tidak dimasukkan kedalam model persamaan strukturalnya.

## 5.2 Saran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan dalam bidang manajemen terutama dalam manajemen pemasaran. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan saran untuk CV.Mitra Jaya Honda khususnya dalam kegiatan pelayanan purna jual (bengkel).

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapat, maka yang menjadi saran dalam penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan hasil akumulasi tanggapan responden skor yang paling terkecil untuk variabel Bauran Pemasaran *Non-Tradisional (People, Process, Physical evidence)* dan dari indikator Bukti fisik (*physical Evidence*) yang meliputi posisi plang logo Honda, ruang tunggu servis dan kebersihan toilet yang belum maksimal. Oleh karena itu, CV.Mitra Jaya Honda Bandung harus memperbaiki indikator-indikator tersebut agar menciptakan dan lebih meningkatkan kepuasan pelanggan untuk melakukan servis di CV.Mitra Jaya Honda.

Berikut ini hal-hal yang diupayakan seperti :

- Memperbaiki posisi plang logo Honda agar lebih terlihat jelas baik dari jarak jauh maupun dari jarak dekat, ini agar memudahkan pelanggan untuk menemukan letak bengkel CV.Mitra Jaya Honda.
- Diupayakan untuk menyediakan dan memasang alat pendingin didalam ruang tunggu seperti AC/Kipas angin, selain itu ruang tunggu servis perlu diberi pewangi ruangan seperti pewangi otomatis, atau pewangi lainnya, selain itu perlu menambahkan jumlah kursi (tunggu) di dalam ruang tunggu. Semua hal ini perlu dilakukan agar pelanggan merasa lebih nyaman pada saat menunggu sepeda motornya sampai selesai di servis.
- Diupayakan toilet perlu dibersihkan setiap beberapa jam sekali pada setiap harinya oleh tim kebersihan di perusahaan tersebut, hal ini dilakukan agar toilet selalu terjaga kebersihannya. Toilet pun perlu dilengkapi dengan beberapa perlengkapan yang

belum ada, seperti : Penyediaan tisu kering khususnya di toilet wanita, toilet pria ataupun wanita perlu diberikan pewangi ruangan misalnya seperti pewangi otomatis, kamper, maupun pewangi lainnya, dan setiap di dalam toilet harus disediakan tempat sampah agar toilet selalu terjaga kebersihannya dan kenyamanannya.

2. Berdasarkan hasil akumulasi tanggapan responden skor yang paling terkecil untuk variabel Kepuasan pelanggan adalah menunjukkan Kualitas servis yaitu kepuasan terhadap kondisi motor yang sudah diservis apakah sudah sesuai dengan harapan pelanggan atau belum. Disini menunjukkan tanggapan pelanggan yang masih menyatakan ragu-ragu dengan indikator kepuasan tersebut, dan belum mencapai kepuasan. Oleh karena itu CV.Mitra Jaya khususnya untuk tim manajemen bagian pelayanan purna jual perlu meningkatkan lagi kualitas servis sepeda motor baik itu dalam kegiatan servis/perbaikan sepeda motor maupun penyediaan dan pergantian suku cadang/*sparepart* sepeda motor yang tepat dan yang lebih berkualitas. Hal ini perlu ditingkatkan oleh perusahaan agar para pelanggan dapat merasa lebih puas atas kualitas pelayanan yang baik yang diberikan oleh perusahaan.
3. Sebaiknya dengan perolehan pengaruh variabel Bauran Pemasaran *Non-Tradisional (People, Process, Physical evidence)* sebesar 34,7% terhadap variabel kepuasan pelanggan pelayanan purna jual di CV.Mitra Jaya Honda Bandung, pengelola perusahaan beserta staff dapat terus memperbaiki sektor/indikator-indikator yang menjadi perhatian pelanggan dan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam melakukan servis/perbaikan pada

sepeda motornya di bengkel CV.Mitra Jaya Honda Bandung, sehingga perusahaan mampu bersaing dengan bengkel-bengkel sepeda motor resmi lainnya yang sejenis di Indonesia, yang salah satunya melalui perbaikan strategi manajemen pemasaran perusahaan melalui Bauran Pemasaran *Non-Tradisional (People, Process, Physical evidence)* melalui indikator-indikator yang terdapat didalamnya, khususnya perbaikan untuk indikator dari Bauran Pemasaran *Non-Tradisional (People, Process, Physical evidence)* yang masih memiliki skor terendah dari tanggapan-tanggapan responden, sehingga perusahaan dapat memiliki kekuatan dalam mendapatkan, mempertahankan, mengembangkan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

