

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis diskriptif responden yang datang ke bengkel PT Nasmoco Kaligawe Semarang kebanyakan adalah pria 85 %, hal ini menunjukkan bahwa pria lebih sering menggunakan jasa pelayanan perbaikan mobil dibandingkan dengan wanita. Dari segi usia responden kebanyakan telah berusia di atas 31 tahun keatas sebesar 27 %. Untuk jenis pekerjaan responden kebanyakan merupakan bekerja di swasta, baik itu wiraswasta maupun pegawai swasta, sedangkan jenis pekerjaan yang lain adalah pegawai negeri mahasiswa, dosen atau guru swasta maupun negeridan supir. Jenis kendaraan yang banyak dipakai oleh responden ketika menggunakan jasa pelayanan pada bengkel PT Nasmoco Kaligawe Semarang adalah jenis mobil minibus sebesar 73 %. Tingkat kedatangan responden kebanyakan lebih dari satu kali sehingga yang datang merupakan para pelanggan yang belum lama menggunakan jasa pelayanan perawatan dan perbaikan pada bengkel PT Nasmoco Kaligawe Semarang.
2. Dari analisis data yang telah dilakukan maka tingkat kualitas jasa pada Bengkel PT Nasmoco Kaligawe Semarang dapat disimpulkan kurang berkualitas. Hal ini berdasarkan dari perhitungan bahwa gap kualitas bernilai negatif, dimana gap kualitas merupakan selisih antara persepsi dengan harapan dan ditunjukkan dari urutan terkecil hingga terbesar sebagai berikut:

- Gap *Reliability* sebesar – 0,620
- Gap *Empathy* sebesar – 0,680
- Gap *Assurance* sebesar – 0,737
- Gap *Responsiveness* sebesar – 0,823
- Gap *Tangibles* sebesar – 0,923

Dari data diatas maka Gap yang bernilai paling kecil adalah gap dimensi *Reliability* sebesar – 0,620 dan gap yang memiliki nilai paling besar adalah gap dimensi *Tangibles* sebesar – 0,923.

3. Dari hasil perhitungan uji regresi serentak (ANOVA) didapat  $F_{\text{HITUNG}}$  sebesar 39,031 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Karena probabilitas 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa dimensi kualitas jasa secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
4. Dari uji regresi secara parsial/individual yaitu pengujian signifikansi hubungan masing-masing variabel independen (dimensi kualitas layanan) dengan variabel dependen (tingkat kepuasan) diperoleh kesimpulan bahwa yang hubungannya berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel PT Nasmoco Kaligawe Semarang adalah dimensi *Empathy* dan *Assurance* karena kedua demensi tersebut T hitungnya lebih besar atau sama dengan T tabelnya. Dan dari uji koefisien Regresi berganda diperoleh kesimpulan bahwa yang mempunyai dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah demensi *Empathy*. Karena koefisien regresinya paling besar, yaitu 0,598.

## 5.2 Saran

Bengkel PT Nasmoco Kaligawe Semarang telah dapat mempertahankan konsumennya agar tetap loyal menggunakan jasa perbaikan pada bengkel tersebut karena Petugasnya telah dapat menarik kepercayaan dan menampilkan kemampuannya. Walaupun demikian sebaiknya perlu juga diperhatikan mengenai dimensi-dimensi kualitas layanan yang lainnya.

1. Dimensi *Tangible* yang berupa adanya fasilitas fisik, peralatan, personel dan materi pendukung lainnya perlu juga untuk lebih ditingkatkan lagi, yaitu dengan membuat ruang tunggu yang lebih nyaman untuk para konsumen, menambah materi pendukung seperti tempat ibadah /musholla bagi konsumen dan ruang tunggu yang dilengkapi dengan fasilitas pendukungnya.
2. Dimensi *Responsiveness* merupakan kemampuan Petugas untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap. Untuk itu Petugas juga perlu untuk dilatih lebih peka dalam menanggapi permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dan hendaknya petugas memberikan penjelasan tentang kerusakan kendaraan yang dialami oleh konsumen.
3. Dimensi *Assurance* adalah jaminan kemampuan dapat dipercaya dan menampilkan keyakinan dan jaminan atas mutu yang diberikan yaitu jaminan terhadap pekerjaan yang telah dilakukan dan keutuhan kendaraan.
4. Dimensi *Empathy* berupa memahami kebutuhan para konsumen juga perlu untuk lebih diperhatikan karena konsumen mempunyai kebutuhan dan keinginan yang ingin dipenuhi sehingga dimensi ini bisa ditingkatkan dengan

berusaha meningkatkan pelayanan yang telah ada, misalnya memberikan sikap yang simpatik dan ramah kepada konsumen, dengan cara menempatkan petugas yang mempunyai sifat ramah dalam tugas – tugas yang berhubungan langsung dengan konsumen.

5. Dimensi *Reliability* yang merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan perlu pula untuk lebih ditingkatkan lagi, yaitu dengan cara menyelesaikan pekerjaan yang dijanjikan tepat pada waktunya serta hasil yang diberikan juga dapat memuaskan konsumen sehingga perlu pula usaha untuk lebih meningkatkan kemampuan karyawan.

