

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dan perumusan penelitian “Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa Pemeliharaan Mobil”: survei pada konsumen pemeliharaan mobil Mercedes-Benz di PT Mercindo Autorama dan setelah menganalisa data kuesioner, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis deskriptif pada penelitian ini dapat di ambil kesimpulan bahwa :
 - a. Untuk kualitas layanan Peneliti mendapatkan bahwa PT Mercindo Autorama berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap pelanggannya, dari setiap bagian yang ada di PT Mercindo Autorama semua hal sangat diperhatikan mulai dari sesuatu yang berwujud seperti penampilan karyawan, fasilitas yang tersedia, rasa empati karyawan terhadap pelanggan, keakuratan karyawan, ketanggapan karyawan sampai jaminan yang diberikan kepada pelanggan. Hal tersebut dimaksudkan agar pelanggan merasakan kepuasan akan pelayanan yang diberikan oleh PT Mercindo Autorama sehingga nantinya diharapkan dari rasa puas yang diterima

pelanggan akan menjadikan loyalitas pelanggan terhadap PT Mercindo Autorama.

- b. Sedangkan untuk persepsi harga merupakan hal yang juga diperhatikan oleh pelanggan karena bagaimanapun juga harga merupakan faktor penentu jadi atau tidaknya pelanggan melakukan pembelian jasa. PT Mercindo Autorama juga sudah memikirkan matang-matang akan harga yang akan diberikan kepada konsumen, walaupun harga dasar sudah ditentukan dari pihak Mercedes Benz pusat akan tetapi untuk biaya perawatan dan perbaikan mobil di setiap *dealer* atau bengkel berbeda karena setiap *dealer* atau bengkel memiliki kebijakan sendiri. Dan PT Mercindo Autorama selalu berusaha memberikan harga yang terbaik bagi setiap pelanggan tanpa mengurangi kualitas yang diberikan.
- c. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa pelanggan benar-benar sangat memperhatikan segala macam hal sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian jasa perawatan dan perbaikan mobilnya, hal tersebut dikarenakan para pelanggan menginginkan perawatan dan perbaikan yang terbaik untuk kendaraannya, pelanggan tidak ingin mengeluarkan biaya besar dan menghabiskan waktu untuk mendapatkan pelayanan yang biasa saja. Karena biaya dan waktu yang mereka habiskan cukup banyak pelanggan menginginkan hasil yang dapat memberikan

kepuasan bagi mereka, maka dari itu banyak hal yang perlu diperhatikan pelanggan sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian jasa perawatan dan perbaikan mobil diantaranya adalah tentang kualitas layanan dan harga.

2. Penelitian ini mendapatkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan nilai R^2 (R square) sebesar 0.191 atau 19.1%. Angka ini menjelaskan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap proses keputusan pembelian sebesar 19.1%. Sedangkan sisanya 80.9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di masukan dalam model penelitian ini.
3. Penelitian ini mendapatkan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh terhadap proses keputusan pembelian dengan nilai R^2 (R square) sebesar 0.210 atau 21.0%. Angka ini menjelaskan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh terhadap proses keputusan pembelian sebesar 21.0%. Sedangkan sisanya 79.0% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di masukan dalam model penelitian ini.
4. Penelitian ini mendapatkan bahwa kualitas layanan dan persepsi harga memiliki pengaruh secara simultan terhadap proses keputusan pembelian dengan nilai R^2 (R square) sebesar 0.286 atau 28.6%. Angka ini menjelaskan bahwa kualitas layanan dan persepsi harga memiliki pengaruh terhadap proses keputusan pembelian sebesar 28.6%. Sedangkan sisanya 71.4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di masukan dalam model penelitian ini.

5.2 Saran

Saran bagi PT Mercindo Autorama:

1. PT Mercindo Autorama harus lebih memperhatikan kualitas layanan seperti menambah fasilitas ruang tunggu seperti menambah lemari pendingin minuman, menambah komputer dengan akses internet yang cepat agar pelanggan semakin nyaman, dan menambah perlengkapan bengkel yang tidak ada sebelumnya. PT Mercindo Autorama juga harus lebih memperhatikan apa yang pelanggan butuhkan dan keluhkan yaitu dengan cara meningkatkan kualitas karyawan melalui pelatihan dan pendidikan. Hal lainnya adalah PT Mercindo Autorama harus lebih meningkatkan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan karena jika dalam melakukan perawatan dan perbaikan PT Mercindo Autorama bisa melakukan secara akurat dan cepat itu dapat memberikan kepuasan pelanggan karena masalah dapat teratasi dengan baik dan benar serta waktu yang terbuang tidak banyak. Dan yang selanjutnya yaitu PT Mercindo Autorama harus dapat memberikan jaminan kepada para pelanggan bahwa perawatan dan perbaikan yang diberikan adalah yang terbaik.
2. PT Mercindo Autorama harus lebih meningkatkan dan mempertahankan kualitas tanpa melupakan aspek biaya atau harga yang harus dikeluarkan pelanggan. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa pada umumnya harga sudah ditentukan oleh pihak Mercedes Benz pusat akan tetapi untuk melakukan perawatan dan

perbaikan setiap *dealer* atau bengkel mempunyai kebijakan tersendiri. Dan untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen PT Mercindo Autorama harus berusaha memberikan harga yang terbaik kepada pelanggan dengan cara memberikan diskon atau potongan harga lainnya.

3. Agar pelanggan melakukan perawatan dan perbaikan mobil mereka tentu saja PT Mercindo Autorama harus memberikan informasi yang lengkap kepada pelanggan yang tentu saja informasi tersebut harus dapat mudah diakses dan dimengerti melalui koran, majalah otomotif. Dan internet selain itu PT Mercindo Autorama harus lebih meningkatkan kualitas disegala aspek yang ada di PT Mercindo Autorama itu sendiri yaitu dengan memperbaharui mulai tampilan gedung hingga perlengkapan bengkel.

Saran bagi penelitian selanjutnya :

1. Seiring dengan bertambahnya pelanggan yang melakukan perawatan dan perbaikan di PT Mercindo Autorama, hendaknya penelitian selanjutnya lebih memperbanyak jumlah sampel dalam penelitian sesuai dengan populasi yang ada sehingga keragaman data yang mewakili populasi menjadi lebih baik.
2. Hendaknya dalam penelitian selanjutnya menambahkan referensi-referensi terbaru serta menambahkan *review* penelitian terdahulu, sehingga hasil penelitian bisa lebih dapat dipertanggungjawabkan.

3. Hendaknya menambahkan variabel lain seperti kekuatan merek, lokasi, atau promosi, agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian.
