

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian pustaka dan deskripsi hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan sepeda motor Honda pada warga RW 018 Perumahan Taman Wisma Asri, Bekasi Utara. Perusahaan yang memberikan kualitas produk tinggi terhadap konsumen maka kepuasan pelanggannya semakin tinggi, sebaliknya jika kualitas produk yang diberikan rendah maka akan mengakibatkan menurunnya kepuasan pelanggan pada konsumen.

Pada variabel kepuasan pelanggan, indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator korespondensi, yaitu sebesar 21,72%. Selanjutnya, indikator empati, yaitu sebesar 20,71%. Kemudian, keyakinan, yaitu sebesar 19,64%. Selanjutnya, indikator berwujud, yaitu sebesar 19,08%. Dan skor terendah adalah indikator keandalan, yaitu sebesar 18,84%. Indikator yang paling tinggi pengaruhnya dalam menentukan kualitas produk adalah indikator kesesuaian, yaitu sebesar 25,43%. Selanjutnya, indikator daya tahan, yaitu sebesar 25,25%. Kemudian, pelayanan atas produk, yaitu sebesar 24,75%. Dan skor terendah adalah indikator keistimewaan, yaitu sebesar 24,57%.

Kepuasan pelanggan pada warga RW 018, Perumahan Taman Wisma Asri, Bekasi Utara ditentukan oleh kualitas produk sebesar 42,64% dan sisanya sebesar 57,36% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, strategi penetapan harga, inovasi produk, citra merek, promosi penjualan produk, brand familiarity, dan garansi produk yang ditawarkan.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan pada warga RW 018, Perumahan Taman Wisma Asri, Bekasi Utara. Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan.

Implikasi dari penelitian ini adalah dealer motor Honda PT. Catur Jaya harus mampu memberikan kualitas produk yang baik, agar konsumen sepeda motor Honda tidak tertarik dan berpindah pada produk pesaing. Sehingga konsumen akan semakin puas dalam menggunakan produk.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa koresponsifan adalah faktor yang paling dominan. Maka untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, sebaiknya perusahaan harus menjaga tingkat koresponsifan yang baik kepada konsumen. Agar konsumen merasa nyaman, dan senang dalam berhubungan dengan perusahaan. Kemudian keandalan juga mendukung kepuasan pelanggan, hal ini dapat diwujudkan dengan memperbaiki keandalan perusahaan

dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Sehingga konsumen akan merasa puas terhadap perusahaan, dalam hal ini PT. Catur Jaya (Dealer Motor Honda).

C. **Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan adalah:

1. PT. Catur Jaya (Dealer Motor Honda), sebaiknya dapat menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan agar tercipta koresponsifan yang baik antara pelanggan dan perusahaan.
2. PT. Catur Jaya (Dealer Motor Honda) sebaiknya selalu meningkatkan kualitas produk dari motor Honda terutama dari sisi kendaraan, agar pelanggan merasa puas. Sehingga tidak membeli produk lain dari pesaing.
3. Agar mencapai hasil yang optimal dalam memberikan kualitas kepada pelanggan, maka pihak dealer motor Honda PT. Catur Jaya perlu mengetahui kebutuhan dari pelanggannya, dan memberikan manfaat yang sesuai dengan harga yang harus dibayar pelanggan untuk menggunakan kartu motor Honda. Dengan memberikan kualitas produk yang tinggi, maka akan tercipta kepuasan pelanggan.