

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. SIMPULAN

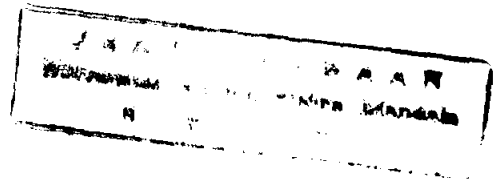
Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada bab terdahulu maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian variabel bebas terhadap variabel tergantung secara simultan sdengan menggunakan uji F, diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel kualitas layanan yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphathy* terhadap variabel tergantung yaitu kepuasan pelanggan pada bengkel ABC-AHASS Surabaya. Pengaruh tersebut dapat dilihat dari hasil perhitungan nilai  $F_{hitung} = 39,311$  dengan tingkat signifikansinya sebesar 0,000.
2. Berdasarkan pengujian variabel bebas yang paling dominan yang dalam hipotesis diduga variabel *reliability* terhadap variabel bebas kepuasan pelanggan diketahui bahwa ternyata variabel bebas yang paling dominan adalah variabel *reliability* dengan tingkat signifikansi 0.000.

#### 5.2. Saran

Adapun saran-saran yang dapat diajukan terhadap bengkel ABC-AHASS adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan hendaknya lebih meningkatkan kualitas layanan agar pelanggan tetap merasa puas misalnya ruang tunggu yang nyaman, adanya sarana hiburan bagi pelanggan yang menunggu servis kendaraan bermotornya, ruang kamar mandi yang bersih, peningkatan alat-alat kerja yang makin lengkap, penampilan front desk yang ramah.
2. Perusahaan secara periodik melakukan survei kepuasan konsumen dan memperbaiki kekurangan yang ada sehingga perusahaan tetap mendapat kepercayaan dari para pelangganya. Perlu diketahui bahwa bengkel AHASS yang satu dengan yang lain secara standar sama sehingga pelanggan bisa berpindah dengan mudah dari bengkel AHASS yang satu ke bengkel AHASS yang lain sehingga perlu memperbaiki kekurangan yang ada.



## Daftar Kepustakaan

- Aaker, David.A(1997), *Managing Brand Equity;Capitalizing on the Value of a Brand Name*, The Free Press, New York.
- Arcana, Nyoman dan Mustajab, 1995, *Statistika I Untuk Ekonomi*, Surabaya FE Universitas Katolik Widya Mandala.
- \_\_\_\_\_, 1996, *Pengantar Statistik II*, Surabaya: FE Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Boone, Louise and David L. Kuntz, 1995, *Contemporary Marketing Plus*,(8<sup>th</sup> ed.), International Edition, The Dryden Press.
- Duttka,M Alan,1994, *AMA Handbook For Customer Statisfation; A Complete Guidance To Research, Planning And Implementation*, Lincolnwood, Illinois,USA: NTL Business Work Book.
- Engel, F. James, Roger D.,and Paul, W. Minard (1990), *Customer Behavior*, 10th ed.,The Dryden Press.
- Hair, J. F. et al. 1999. *Multivariate Data Analysis*. 5<sup>th</sup> edition. Prentice Hall International Inc. New Jersey.
- Haksever, C., Render, Barry., Russell, R.S., & Murdick, R.G. 2000. *Service Management and Operations*. Prentice Hall Inc. New York
- Hemandito Dan Sprianus Sina, 1998. *Aplikasi SPSS For Windows Untuk Riset Ilmu Sosial*, Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala.
- Kotler, P and Gary Amtrong , 1996 *Principles Of Marketing*, (7<sup>th</sup> ed.), New Jersey, Eaglewood Cliffs: Prentice -Hall Inc.
- Mirawati (2000), *Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Kymco Pada PT Diamond Kymcojaya Urip Sumoharjo Surabaya*, Widya Mandala,Surabaya.
- Mudie.,and Cottam (1993),*Customer Satisfaction*., The Free Press, New York
- Parasuraman, A., Ziethaml, V.A., and Berry, L.L. 1994. *Reassessment Of Expectations As A Comparison Standard In Measuring Service Quality: Implicona For Further Reaserch*. *Journal Of Marketing*. Vol. 58 January pp. 111-124.

Payne,A. 1993.*Relationship of Marketing : Bringing Quality, Customer Services and Marketing Together* Butterworth Heinemann,Oxford.

Tjiptono, Fandy, 1997, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta:Penerbit Andi Offset

Zeithaml, Valeria A,A. Parasuraman Dan Leonard L, Dan Leonard L. Berry,1990, *Delivery Quality Service:Balancing Customer Perception And Expectation*, New York.