

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Bab ini akan menguraikan kesimpulan, yang berhubungan dengan hasil diperoleh dari penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Servis Bengkel Ahas 07422 Nabilah Motor 2. Berdasarkan hasil dari analisis pembahasan yang dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Disimpulkan bahwa hasil dari Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan mempengaruhi secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan servis bengkel Ahas 07422 Nabilah Motor 2. Hal ini menunjukkan kualitas pelayanan yang semakin baik maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan jasa servis bengkel motor ahas, dan sebaliknya jika kualitas pelayanan kurang baik akan mempengaruhi pelanggan yang tidak merasa puas dengan pelayanannya, sedangkan indikator yang paling dominan pada variabel kualitas pelayanan yaitu daya tanggap (*Responsiveness*).
2. Disimpulkan bahwa hasil Lokasi tidak berpengaruh positif dan mempengaruhi secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan bengkel Ahas 07422 Nabilah Motor 2. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan, bila mana lokasi jasa servis bengkel jauh didukung dengan kualitas pelayanan yang baik dan bagus pelanggan akan tetap datang dan menggunakan jasa bengkel tersebut, sedangkan indikator yang paling dominan pada variabel lokasi yaitu ekspansi.
3. Disimpulkan bahwa hasil dari Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh positif dan mempengaruhi secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan servis bengkel Ahas 07422 Nabilah Motor 2. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas pelayanan dan Lokasi memiliki peran yang sangat penting terhadap tercapainya Kepuasan Pelanggan yang baik, dimana kedua hal tersebut jika dijalankan secara bersama-sama dengan baik maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada servis

bengkel Ahas 07422 Nabilah Motor 2, sedangkan indikator yang paling dominan pada variabel kepuasan pelanggan yaitu menciptakan *word-of-mouthy*.

1.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan penjelasan dan kesimpulan yang telah diuraikan menyatakan kedua variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dan Lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian ini diharapkan mampu berimplikasi terhadap perusahaan pada khususnya, dan terhadap perkembangan dunia dan dapat memberikan berbagai manfaat bagi pihak-pihak yang terkait antara lain :

1. Dalam menjalankan bisnis dalam bidang jasa bengkel Ahas 07422 Nabilah Motor 2. Harus sangat memperhatikan Kualitas Pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan. Jasa Bengkel Ahas 07422 Nabilah Motor 2, harus mempertahankan dari indikator kualitas pelayanan seperti berwujud (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Kepastian (*Assurance*), Empati (*Empathy*). dan dengan menerapkan enam prinsip Kualitas Pelayanan yaitu Kepemimpinan, Pendidikan, Perancangan Strategik, *Review*, Komunikasi, *Reward*.
- Kualitas pelayanan ini mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dikarenakan kepuasan pelanggan akan merasa puas bila kualitas pelayanan baik.
2. Dalam menentukan lokasi jasa servis bengkel ahas nabilah motor 2, harus selalu memperhatikan lokasi jasa yang strategis. Dari indikator lokasi ini tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hal ini perusahaan harus mempertahankan kenyamanan dan keamanan untuk pelanggan. Dikarenakan *place* yang aman akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Dalam mengukur Kepuasan Pelanggan bengkel Ahas 07422 Nabilah Motor 2, harus lebih teliti karena Kepuasan Pelanggan sangat berpengaruh terhadap jalannya suatu bisnis. Bengkel Ahas 07422 Nabilah Motor 2 dapat mengukur empat metode dalam mengukur dan memantau kepuasan

pelanggan dan pesaingnya yaitu sistem Keluhan dan Saran, *Ghost shopping*, *Lost costumer* (Analisis pelanggan), *Survei* kepuasan pelanggan.

4. Perusahaan Bengkel Ahass 07422 Nabilah Motor 2 harus memperhatikan bahwa dalam penelitian ini variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan berada pada kisaran 49,2% Artinya masih ada faktor lain berjumlah 50,8% yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

