BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Dari empat indikator yang menggambarkan indikator produk yaitu kinerja produk, fitur produk, daya tahan produk dan kualitas produk, dapat disimpulkan berada di kriteria baik dengan skor tertinggi berada pada indikator kualitas produk yaitu sebesar 316 dengan presentasi 81,03% dan skor terendah berada pada indikator daya tahan produk yaitu sebesar 263 dengan presentasi 67,44% dengan hasil perhitungan persentase skor aktual dari keseluruhan indikator pada variabel produk sebesar 284.75 (73.01%) Dengan demikian, Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima telah mengembangkan produknya seperti yang dijabarkan oleh teori yang peneliti hubungkan sebelumnya mengenai produk menurut Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana.
2. Dari lima indikator yang menggambarkan kualitas jasa layanan yaitu bukti langsung (fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, sarana komunikasi), keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, dapat disimpulkan berada di kriteria baik dengan skor tertinggi berada pada indikator kehandalan dengan nilai 309 (79,23%) dan skor terendah berada pada indikator bukti langsung dengan nilai 277 (71,03%) dengan hasil perhitungan persentase skor aktual dari keseluruhan indikator variabel kualitas jasa layanan

sebesar 293 (75.13%). Dengan demikian, Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima telah mengembangkan kualitas jasa layanannya seperti dijabarkan oleh teori yang peneliti hubungkan sebelumnya mengenai kualitas jasa layanan menurut Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana.

3. Dari tiga indikator yang menggambarkan kepuasan konsumen yaitu terpenuhinya kebutuhan konsumen, loyalitas kepada dealer dan promosi kepada teman-teman dan saudara, dapat disimpulkan berada di kriteria puas dengan skor 306 (78,46%) dan indikator dengan nilai terendah berada pada terpenuhinya kebutuhan konsumen dengan skor 280 (71,79%) dengan hasil perhitungan persentase skor aktual dari keseluruhan indikator variabel kepuasan konsumen sebesar 294.33 (75.47%). Dengan demikian, Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima berhasil mengembangkan atau memenuhi kepuasan terhadap konsumennya seperti teori yang dijabarkan oleh Lupioadi dalam jurnal Marreta Ginting yang berjudul Pengaruh Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Kaki Lima Jl. Sei Deli Medan.
4. Secara parsial dan simultan, produk dan kualitas jasa layanan berpengaruhi terhadap kepuasan konsumen. Adapun besaran pengaruh dari variabel produk ialah 26, 42% pengaruh langsung dan 12,33% pengaruh tidak langsung dengan total 38,8%, sedangkan untuk variabel kualitas jasa layanan terdiri dari 26,8% pengaruh langsung dan 12,33% pengaruh tidak langsung.

5.2 Saran

Dari penelitian ini, peneliti menyampaikan saran mengenai produk dan kualitas jasa layanan demi memenuhi kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima cukup berhasil dalam mengembangkan produknya, namun manajemen dealer disarankan untuk tetap mempertahankan konsistensinya terhadap indikator kualitas produk dan juga mengembangkan lagi produknya dalam daya tahan produk sehingga kepuasan konsumen meningkat.
2. Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima berhasil dalam mengembangkan kualitas jasa layanannya, namun manajemen dealer disarankan untuk tetap mempertahankan konsistensinya pada indikator kehandalan dan meningkatkan bukti langsung sehingga kepuasan konsumen meningkat.
3. Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima berhasil dalam meningkatkan kepuasan konsumen, namun manajemen dealer disarankan untuk tetap meningkatkan indikator terpenuhinya kebutuhan konsumen sehingga kepuasan konsumen meningkat.
4. Dengan produk dan kualitas jasa layanan yang baik, manajemen dealer dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk dan jasa layanan dengan bentukan-bentukan promosi baru.