BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari pengaruh kualitas dan kinerja produk terhadap kepuasan pelanggan pada Hyundai Motor Company Periode 2001 - 2013, maka penulis memberikan kesimpulan bahwa:

1) Perkembangan kualitas produk baik (IQS) maupun kinerja produk (VDS) secara keseluruhan mengalami peningkatan dengan berkurangnya jumlah produk yang cacat, yang berarti bahwa kualitas produk meningkat pada periode 2001 – 2013. Nilai tertinggi untuk IQS terjadi pada tahun 2009 dan untuk VDS pada tahun 2012. Hal ini diakibatkan pada tahun 2009 Hyundai pertama kali meluncurkan mobil dengan model hybrid pertama dengan baterai lithium yang 40% lebih kecil dan 35% lebih ringan dari baterai buatan Toyota.

   Kepuasan pelanggan terhadap produk Hyundai mengalami trend yang terus membaik. Nilai tertinggi terjadi pada tahun 2011, Hyundai telah memiliki sejarah menggunakan konstruksi krisis untuk efisien dan efektif mendapatkan pengetahuan teknologi dari berbagai sumber. Selain itu, Hyundai memiliki budaya respon yang cepat terhadap masalah. Apabila terjadi masalah seperti penarikan produk. Maka manajemen Hyundai mampu mengatasinya dengan cepat. Sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dalam tingkat respon terhadap konsumen.

2) Hasil analisis pengaruh kualitas produk dan kinerja produk terhadap kepuasan pelanggan secara simultan menunjukkan adanya pengaruh yang sedang dan positif. Besarnya kontribusi pengaruh kualitas produk dan kinerja produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 57,9%, sedangkan sisanya sebesar 42,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti seperti kualitas pelayanan, emosi, harga, dan lainnya. Berdasarkan hasil uji hipotesis, bahwa kualitas produk dan kinerja produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hyundai Motor Company.

   Analisis pengaruh kualitas produk dan kinerja produk terhadap kepuasan pelanggan secara parsial menunjukkan pengaruh yang signifikan. Berdasarkan pengujian hipotesis, kualitas produk dan kinerja produk memiliki pengaruh.parsial yang signifikan dengan nilai t hitung masing-masing sebesar 3,18 dan 3,15, nilai tersebut lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,23.

5.2 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan yang telah dibahas di atas, maka penulis mencoba menyampaikan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan, diantaranya sebagai berikut:

1) Kualitas produk yang dialami oleh perusahaan diakibatkan oleh kinerja buruh yang menurun karena ketidakpuasan tersebut. Selain itu, perusahaan harus menekan angka penarikan produk malfungsi, untuk memperbaiki citra produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dicapai

dengan memperbaiki sistem manajemen mutu dan mengubah sistem jam kerja yang tidak memberatkan pekerja. Perusahaan sebaiknya meningkatkan kesejahteraan para pekerja untuk menekan angka demonstrasi yang selalu terjadi setiap tahun. Selain merugikan dari terhentinya produksi selama masa demo,

2) Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari *Initial Quality Study* (kualitas produk jangka pendek) dan *Vehicle Dependability Study* (kualitas produk jangka panjang). Sementara untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen tidak hanya kualitas produk saja tapi masih ada faktor lainnya seperti kualitas pelayanan, faktor emosional, harga, dan biaya tambahan. Maka dari itu penulis menyarankan agar kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan menggunakan kualitas produk saja, tetapi dengan faktor lainnya agar menghasilkan hasil penelitian yang lebih akurat.