

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuji dengan menggunakan teknik pengujian yang telah ditetapkan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- h. Dalam variabel tata letak toko, pernyataan yang paling dominan yakni pernyataan keempat dengan rata-rata sebesar 4.10 yang artinya *display* produklah yang dirasa konsumen paling dapat memuaskan pelanggan diantara pernyataan kemudahan menemukan barang, susunan produk rapi, dan tersedia produk sesuai kebutuhan, perusahaan harus tetap mempertahankan tampilan produk yang rapi, sehingga terkesan lebih terlihat menarik di benak konsumen. Pernyataan yang memiliki nilai rata-rata terkecil yaitu pernyataan ketiga dikarenakan kebutuhan akan produk sangat tinggi sehingga apabila produk yang dibutuhkan konsumen tidak sesuai kebutuhan mereka maka konsumen tersebut tidak akan merasa puas, rata-rata variabel tata letak toko ini adalah 3,99.
- i. Dalam variabel prestise toko, pernyataan kedualah yang paling dominan dengan rata-rata sebesar 4.18 yang artinya CV. Jaya Perkasa Motor sudah benar dalam penempatan meja, kursi di dalam toko sehingga mampu memuaskan pelanggannya, perusahaan harus lebih memperhatikan kerapian agar selalu membuat konsumen nyaman pada

saat berada di CV. Jaya Perkasa Motor. Pernyataan yang memiliki nilai rata-rata terkecil yaitu pernyataan pertama dikarenakan CV. Jaya Perkasa Motor kurang memiliki luas toko yang ideal, seperti yang kita ketahui bahwa konsumen akan lebih merasa nyaman dalam melakukan suatu transaksi ketika memiliki luas toko yang ideal dan konsumen akan lebih merasa puas apabila Cv. Jaya Perkasa Motor dapat memperluas toko nya sehingga dapat menimbulkan citra yang positif di benak konsumen. Rata-rata variabel Pretise toko sebesar 4.11

- j. Dalam variabel Kualitas Layanan Toko, pernyataan ketigalah yang paling dominan dengan rata-rata sebesar 4.18 yang artinya CV. Jaya Perkasa Motor mampu memberikan layanan yang baik yakni berupa pemberian produk sesuai dengan keinginan pelanggan dengan tepat, perusahaan harus tetap memperhatikan apa yang dibutuhkan pelanggan sehingga pelanggan akan merasa puas apabila kebutuhan mereka terpenuhi. Pernyataan yang memiliki nilai rata-rata terkecil yaitu pernyataan yang pertama yang artinya pelayanan yang diberikan perusahaan ini kurang baik perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan di toko ini agar mendapatkan citra perusahaan yang positif yang dapat membantu peningkatan penjualan produk. Rata-rata variabel kualitas layanan sebesar 4.11
- k. Dalam variabel produk, pernyataan keempatlah yang paling dominan dengan rata-rata sebesar 4.22 yang artinya CV. Jaya Perkasa Motor mampu memberikan produk dengan kualitas yang baik, dengan kualitas

yang baik maka konsumen akan merasa lebih puas dan tidak meragukan produk yang dijual di CV Jaya Perkasa Motor. Pernyataan yang memiliki nilai rata-rata terkecil yaitu pernyataan pertama yaitu produk yang ditawarkan kurang menarik sehingga konsumen merasa kebutuhannya akan produk yang dibutuhkan kurang terpenuhi perusahaan harus menawarkan produk yang lebih bermanfaat yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen agar konsumen merasa lebih puas. Rata-rata variabel produk sebesar 4.18

- l. Dalam variabel promosi di dalam toko, pernyataan kedualah yang paling dominan dengan rata-rata sebesar 4.35 yang artinya *banner* CV. Jaya Perkasa Motor mampu memberikan informasi yang berguna bagi konsumen. Pernyataan yang memiliki nilai rata-rata terkecil yaitu pernyataan keempat yang artinya produk yang dipromosikan kurang menarik, konsumen akan lebih tertarik apabila melihat produk yang sedang dipromosikan menarik untuk itu perusahaan harus menyediakan dan mempromosikan produk-produk yang lebih menarik yang dapat membuat konsumen merasa ingin mengetahui informasi tentang produk yang sedang dipromosikan dan berniat untuk membelinya. Rata-rata variabel promosi dalam toko sebesar 4.21
- m. Dalam variabel dukungan dan layanan, pernyataan pertama yang paling dominan dengan rata-rata sebesar 4.38 yang artinya pengajuan klaim pada toko CV. Jaya Perkasa Motor tidak dipersulit dikarenakan perusahaan ini adalah perusahaan resmi jadi jauh lebih mudah

melakukan klaim produk. Pernyataan yang memiliki nilai rata-rata terkecil yaitu pernyataan keempat yang artinya peralatan yang disediakan oleh Cv. Jaya Perkasa Motor kurang memadai untuk itu perusahaan harus melengkapi peralatan yang dibutuhkan perusahaan demi kelancaran proses operasional perusahaan ini Rata-rata variabel dukungan dan layanan dalam toko sebesar 4.34

- n. Dalam variabel kepuasan pelanggan, pernyataan ketiga yang paling dominan dengan rata-rata sebesar 4.25 yang artinya konsumen setuju merekomendasikan CV. Jaya Perkasa Motor kepada orang lain, agar perusahaan ini lebih dikenal di kalangan masyarakat. Pernyataan yang memiliki nilai rata-rata terkecil yaitu pernyataan pertama dan kedua dikarenakan pernyataan pertama menunjukkan bahwa konsumen kurang merasa puas dengan citra perusahaan CV. Jaya Perkasa Motor untuk itu perusahaan harus meningkatkan citra perusahaan toko ini agak terbentuk kembali citra yang baik di kalangan masyarakat, sedangkan pernyataan kedua yaitu konsumen yang ingin melakukan pembelian ulang di toko ini memiliki penurunan dikarenakan mungkin ada sebagian konsumen yang sudah memiliki kendaraan roda dua ini dan sudah merasa cukup oleh karena itu tim dari perusahaan harus lebih cerdas dalam mencari konsumen yang memang benar membutuhkan produk yang kita tawarkan. Rata-rata variabel kepuasan pelanggan sebesar 4.19

B. Saran peneliti yang akan datang

Terdapat beberapa saran yang dikemukakan untuk penelitian yang akan datang :

1. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk tetap memperhatikan dan tidak mengabaikan variabel-variabel diatas, walaupun dari keenam variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan, keenam variabel ini juga mempunyai kontribusi yang baik bagi para konsumen.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data yang menunjukkan bahwa semua dimensi citra perusahaan (tata letak toko, prestise toko, kualitas layanan toko, produk, promosi di dalam toko, dan dukungan dan layanan) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka untuk penelitian selanjutnya diharapkan lebih mengkaji kembali variabel-variabel tersebut.
3. Untuk penelitian yang akan datang diharapkan dapat menambah variabel *independent* selain tata letak toko,prestise toko, kualitas layanan toko, produk, promosi di dalam toko, dan dukungan dan layanan seperti harga, biaya, dan emosi seseorang, sehingga dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV Jaya Perkasa Motor.

C. IMPLIKASI MANAJERIAL

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka ada beberapa penerapan manajerial yang dapat dilakukan sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa tata letak toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, dimana dalam penelitian ini menunjukkan tata letak toko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak memperhatikan tata letak toko sebagai faktor yang menyebabkan pelanggan menjadi puas, untuk itu toko harus mencari faktor yang membuat pelanggan menjadi puas.
2. Berdasarkan penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa prestise toko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, dimana dalam penelitian ini menunjukkan prestise toko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak memperhatikan prestise toko sebagai faktor yang menyebabkan pelanggan menjadi puas, untuk itu toko harus mencari faktor yang membuat pelanggan menjadi puas.
3. Berdasarkan penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa kualitas layanan toko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan pelanggan, maka hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, dimana dalam penelitian ini menunjukkan kualitas layanan toko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak memperhatikan kualitas layanan toko sebagai faktor yang menyebabkan pelanggan menjadi puas, untuk itu toko harus mencari faktor yang membuat pelanggan menjadi puas.

4. Berdasarkan penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, dimana dalam penelitian ini menunjukkan produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak memperhatikan produk sebagai faktor yang menyebabkan pelanggan menjadi puas, untuk itu toko harus tetap memperhatikan dimensi dan kelengkapan produk dan mencari faktor yang membuat pelanggan menjadi puas.
5. Berdasarkan penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa promosi di dalam toko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, dimana dalam penelitian ini menunjukkan promosi di dalam toko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak memperhatikan promosi di dalam toko sebagai faktor

yang menyebabkan pelanggan menjadi puas, untuk itu toko harus mencari faktor yang membuat pelanggan menjadi puas.

6. Berdasarkan penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa dukungan dan layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, dimana dalam penelitian ini menunjukkan dukungan dan layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak memperhatikan dukungan dan layanan sebagai faktor yang menyebabkan pelanggan menjadi puas, untuk itu toko harus mencari faktor yang membuat pelanggan menjadi puas