

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian teori, hasil penelitian, dan pengujian analisis jalur yang dilaksanakan mengenai pengaruh *Co-Creation* terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Harley-Davidson dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran secara keseluruhan kondisi *Co-Creation* pada produk sepeda motor Harley-Davidson dilihat dari indikator paling tinggi hingga yang terendah yaitu *physical artifacts*, *intangible artifacts*, *technology*, *customer placement*, dan *customer involvement*. Hal ini menunjukkan *Co-Creation* pada sepeda motor Harley-Davidson sudah tergolong baik terutama pada *intangible artifacts*, yaitu berupa keberagaman aksesoris pada aplikasi Bike Builder, kesesuaian keinginan pelanggan dengan pilihan kustomisasi yang ada, kelengkapan aksesoris yang tersedia, dan keberhasilan Harley dalam mewujudkan motonya.
2. Gambaran secara keseluruhan kepuasan pelanggan sepeda motor Harley-Davidson dinilai sangat puas yang menandakan bahwa *Co-Creation* produk sepeda motor Harley-Davidson bisa melebihi harapan pelanggan. Indikator yang memiliki nilai tertinggi yaitu kepuasan terhadap *intangible artifacts* program H-D1 *Customization* memperoleh nilai sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan sudah menganggap puas keberagaman aksesoris pada aplikasi *Bike Builder*, kesesuaian keinginan pelanggan

dengan pilihan kustomisasi yang ada, kelengkapan aksesoris yang tersedia, dan keberhasilan Harley dalam mewujudkan motonya.

3. Secara keseluruhan berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara *Co-creation* dengan kepuasan pelanggan produk sepeda motor Harley-Davidson.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan temuan yang telah dihasilkan, maka penulis menyatakan hal-hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan manfaat dan menjadi masukan bagi industri peralatan, mesin, dan perlengkapan transportasi khususnya bagi produk sepeda motor Harley-Davidson, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian *Co-Creation* pada Harley-Davidson yang memiliki skor paling rendah adalah *Co-Creation* pada *customer involvement*, oleh karena itu yang harus dilakukan pihak Harley-Davidson adalah dengan cara melibatkan pelanggan secara penuh dalam proses kustomisasi, memberi kebebasan pada pelanggan untuk menyampaikan ide, juga memudahkan pelanggan untuk berkonsultasi mengenai sepeda motor Harley-Davidson mereka. Berdasarkan hasil penelitian kepuasan pelanggan pada sepeda motor Harley-Davidson sudah tergolong sangat baik, karena pelanggan menyatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan sangat puas. Direkomendasikan agar dilakukan inovasi dalam menjalin hubungan dengan pelanggan secara

bertahap dan berkelanjutan dengan cara melakukan riset maupun mencari kelemahan dari hubungan antara perusahaan dengan pelanggan yang sudah ada dan diharapkan dapat semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Berdasarkan hasil penelitian kepuasan pelanggan pada sepeda motor Harley-Davidson sudah tergolong sangat baik, karena pelanggan menyatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan sangat puas. Namun masih ada beberapa perbaikan yaitu perlu adanya penjelasan tertulis mengenai informasi yang lengkap terkait program H-D1 *Customization* di setiap *dealer* dan *showroom* Harley-Davidson, agar pelanggan lebih memahami.
3. Direkomendasikan agar dilakukan inovasi pengembangan produk secara bertahap dan berkelanjutan dengan cara melakukan riset maupun mencari kelemahan dari strategi *marketing* yang sudah ada agar meningkatkan penjualan dan diharapkan semakin meningkatkannya kepuasan pelanggan.
4. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar untuk dilakukannya penelitian lain mengenai *Co-Creation* tetapi dengan indikator serta objek yang berbeda. Diharapkan penelitian lain melakukan studi terhadap sepeda motor Harley-Davidson secara lebih luas seperti mempertimbangkan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sepeda motor Harley-Davidson.