

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menyebarkan angket, serta pengujian analisis jalur (*path analysis*) yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh program layanan pasti pas terhadap kepercayaan konsumen SPBU Pasti Pas Pertamina dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran kinerja program layanan pasti pas berdasarkan tanggapan konsumen SPBU pasti pas Pertamina terhadap tiga dimensi Pas takarannya, pas pelayanannya, dan pas kembaliannya yang dilaksanakan cukup efektif oleh SPBU-SPBU pasti pas di Kota Bandung
2. Gambaran tingkat kepercayaan konsumen pada SPBU Pasti Pas yang dikur oleh empat indikator yaitu tingkat kepuasan, *interpersonal relationship*, *trustworthiness*, dan *out come of trust* dinilai konsumen sedang atau cukup dipercaya
3. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan kinerja program layanan pasti pas yang terdiri dari dimensi pas takarannya, pas pelayannya, dan pas kembaliannya berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen SPBU Pasti Pas Kota Bandung, di mana skor tertinggi diperoleh pada dimensi pas kembaliannya artinya konsumen percaya dengan tingkat keterjaminan pengembalian sejumlah uang oleh petugas dengan fasilitas bukti pembayaran yang dicetak dengan mesin digital. Sedangkan untuk pas pelayannya

mendapat skor terendah, hal tersebut karena pelayanan pada SPBU Pasti Pas baik pelayanan dari petugas yang dinilai konsumen masih banyak SPBU-SPBU yang petugasnya belum ramah dan fasilitas tambahan yang disediakan belum cukup lengkap sesuai dengan standarisasi yang disediakan. Jadi semakin lengkap dan baiknya pelayanan khususnya fasilitas tambahan yang disediakan akan semakin mempengaruhi kepercayaan konsumen pada SPBU pasti pas tersebut.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan temuan yang telah dihasilkan, maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan manfaat dan menjadi masukan bagi SPBU-SPBU pasti pas Pertamina Bandung dalam hal meningkatkan kinerja program layanan pasti pas dan mempertahankan serta meningkatkan kepercayaan konsumen SPBU pasti pas Pertamina Kota Bandung, yaitu sebagai berikut:

1. Pada dimensi pas pelayanannya memiliki skor terendah. Oleh karena itu harus adanya peninjauan standar layanan terutama mengenai pelayanan sumber daya manusia (SDM), mengadakan pelatihan-pelatihan secara rutin, dan memperhatikan kesejahteraan SDM sehingga dapat memberi dorongan yang besar bagi SDM untuk memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.
2. Keinginan konsumen untuk tetap mengisi BBM di SPBU Pasti Pas rendah jika ada pesaing atau SPBU lain yang menawarkan fasilitas dan layanan yang lebih baik. Oleh karena itu pihak-pihak SPBU pasti pas Pertamina harus lebih memperhatikan unsur lain selain kualitas pelayanan yang baik juga harus,

misalnya pemberian bonus, voucher, bahkan *discount* pada hari atau jam tertentu.

3. Untuk lebih meningkatkan layanan yang diberikan SPBU pasti pas Pertamina, karena pembeli atau konsumen BBM memiliki segmen yang berbeda-beda maka dapat dibuat jalur-jalur khusus selain jalur motor dan mobil, misalnya jalur khusus wanita atau pria, dan jalur khusus pelajar.
4. Dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat identitas Program Pasti Pas, pihak Pertamina dapat membuat kartu keanggotaan bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan tertentu untuk mendapatkan kemudahan-kemudahan, potongan-potongan harga, dan fasilitas-fasilitas lainnya yang menarik konsumen untuk memilikinya.
5. Untuk penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih jauh kinerja kualitas jasa dan unsur-unsur lain yang dapat membentuk keputusan dan kepercayaan konsumen. Fasilitas tambahan, harga, kinerja karyawan dapat menjadi pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.