

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan oleh penulis, hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan di Travelogin Tour and Travel ditunjukkan pada nilai persamaan regresi sebesar 0,321, t hitung sebesar 6,360 > 1,994 dan tingkat signifikansi sebesar 0,00 < 0,05. Artinya apabila kualitas pelayanan baik dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Travelogin sebesar 0,321.
2. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan di Travelogin Tour and Travel ditunjukkan pada nilai persamaan regresi sebesar 0,45, t hitung sebesar 3,409 > 1,994 dan tingkat signifikansi sebesar 0,00 < 0,05. Artinya apabila harga baik dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Travelogin sebesar 0,451.
3. Berdasarkan penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan di Travelogin Tour and Travel yang ditunjukkan dengan nilai f hitung sebesar 35,432 dan nilai f tabel yaitu 3,12 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau 35,432 > 3,12 dan tingkat signifikan 0,00 < 0,05.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian ini, adapun saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Pada variabel kualitas pelayanan, sebaiknya Travelogin Tour and Travel memperhatikan dan meningkatkan aspek kualitas pelayanan karena pada penelitian ini terbukti bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi terciptanya kepuasan pelanggan.
2. Pada variabel harga, sebaiknya Travelogin Tour and Travel menawarkan harga yang lebih bervariasi lagi sesuai dengan fasilitas yang akan didapat oleh calon pelanggan. Serta memberi penawaran harga yang menarik dan juga potongan harga untuk calon pelanggan agar lebih tertarik dengan produk yang ditawarkan.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengambil ruang lingkup penelitian yaitu variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang tidak dibahas di dalam penelitian ini.