

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Barta Trans & Tour. Hal tersebut bermakna bahwa semakin baik strategi harga yang ditetapkan oleh Barta Trans & Tour untuk produknya akan dapat meningkatkan minat beli pada konsumennya. Karena konsumen merasa uang yang mereka keluarkan sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan, sehingga membuat konsumen merasa puas.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Barta Trans & Tour. Hal tersebut bermakna bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang di berikan Barta Trans & Tour seperti, keramahan dan kesopanan dalam melayani, dan cepat tanggap dalam menghadapi keluhan-keluhan dan masalah dari konsumennya, sehingga membuat konsumen merasa puas.
3. Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasankonsumen pada Barta Trans & Tour. Hal tersebut bermakna bahwa semakin baik citramerek yang dimiliki oleh Barta Trans & Tour maka akan membuat konsumen menjadi tidak ragu untuk menggunakan jasa dari Barta Trans & Tour, sehingga membuat konsumen merasa puas.
4. Dari hasil analisis data yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa Harga, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Konsumen Barta Trans & Tour di Surabaya. Dimana jika Harga, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan sesuai dengan kebutuhan konsumen, maka konsumen akan merasakan kepuasan.

5.2 Saran

Saran yang bisa diberikan antara lain untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Barta Trans & Tour sebaiknya mampu menjaga kestabilan harga yang diberikan atas produk yang akan dibeli oleh pelanggan, disamping harus menjaga kestabilan harga, Barta Trans & Tour harus memberikan harga yang sesuai dengan kualitas

yang diharapkan oleh pelanggan agar tidak mengecewakan, dan pelanggan akan cenderung melakukan pembelian ulang.

2. Barta Trans & Tour sebaiknya mampu menjaga kualitas pelayanan baik dari segi keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan, ditambah dengan pengalaman dan skill karyawan yang baik maka kualitas pelayanan pada Barta Trans & Tour dapat menjadi lebih baik dan dapat memuaskan pelanggan.
3. Barta Trans & Tour sebaiknya mampu menjaga citra perusahaannya dengan baik agar konsumennya lebih banyak dan menjadikan Barta Trans & Tour mampu bersaing dengan baik dan dapat membuat konsumen menjadi puas.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Keller & Jhon (2016). *Manajemen Strategi Pemasaran untuk meningkatkan pangsa pasar*, Edidisi 12. PT Indeks: Jakarta.
- Assauri, Sofjan, (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo (Rajawali Press)
- Mochamad, F. R. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Lantai Bumi Coffee And Space Yogyakarta. *Doctoral Dissertation*, Perpustakaan Untag Surabaya.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2).
- Buchari Alma, (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Assauri, Sofjan (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wulandari, S. (2018). Pengaruh Elastisitas Harga Terhadap Volume Penjualan Beras Komersil Di Perum Bulog Divisi Regional Sumsel Dan Babel. *Doctoral dissertation*, POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA.
- Nurhudawan, D. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kartu Prabayar Telkomsel (Studi pada Mahasiwa/Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan). *Doctoral dissertation*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas.

- Kotler, Philip & Armstrong (2012). *Marketing Management* 14th Edition New Jersey: Prentice Hall.
- Hardiyansyah (2011). *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator, dan Implementasinya*. Yogyakarta : Gava Media
- Tjiptono, fandi dan Chandra, Gregorius (2011). *Servis Quality & Satisfaction*. Edisi ke 3, Yogyakarta 2013.
- Rambat Lupiyoadi (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Sangadji, E.M., dan Sopiah (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Menik Wijianty (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Apple Iphone Pada Mahasiswa Administrasi Bsinis Politeknik Negeri Jakarta, *Jurnal Epigram*, Vol 13, No. 1
- Purwanti, T. (2020). Hubungan Brand Awareness, Word Of Mouth, Brand Image Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Di Toko Gudang Komputer Tegal. *Doctoral dissertation*, Universitas Pancasakti Tegal.
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111-118.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana (2016). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Susanto, H. A., & Otoluwa, N. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Astra Internasional Tbk Honda Cabang Maros. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 132-146.

- Febrilia, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(1), 204-225.
- Tombokan, F., Kawet, L., & Uhing, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Taplus BNI Kantor Cabang Utama Manado. *Jurnal emba: jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi*, 3(3).
- Batari, A., Bima, J., & Rahman, Z. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Ford. *Seiko: Journal of Management & Business*, 2(1), 1-12.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 61-72.
- Bahaswan, M. R., & Wuryaningsih, D. L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Saudaraku Tour & Travel Umroh Haji di Malang. *Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sianipar, G. J. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(2), 183-196.
- Agustin, S. (2016). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kebab kingabi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(1).
- Panjaitan, F. A. B. K. (2014). Analisis Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Melalui Kualitas Layanan, dan Citra Perusahaan. *JMM17: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 1(02).

- Panjaitan, H. (2017). Impact of Satisfaction and Customer Engagement as Intervening Variable on customer loyalty: Study at XL Resto & Café Surabaya Indonesia. *International Journal of Business and Management Invention*, Volume 6 Issue 9, September. 2017, 41-48.
- Wati, Y. K., & Djawoto, D. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Texas Chicken Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(5).
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi: Yogyakarta.
- Kotler, Phillip & K. L. Keller (2012). *Marketing Management*. Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall, One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey.

