

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasannya, maka dapat diambil suatu simpulan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) jasa travel Umrah dan haji pada PT. Sebariz Warna Berkah di Surabaya. Hal ini di buktikan dengan hasil uji secara parsial (uji t) yang dilakukan oleh peneliti yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan arti bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).
2. Variabel Persepsi Harga (X2) tidak berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) jasa travel Umrah dan haji pada PT. Sebariz Warna Berkah di Surabaya. Hal ini di buktikan dengan hasil uji secara parsial (uji t) yang dilakukan oleh peneliti yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Persepsi Harga (X2) adalah sebesar 0,364 yang artinya lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, dengan arti bahwa variabel Persepsi Harga (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).
3. Variabel Kepercayaan (X3) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) jasa travel Umrah dan haji pada PT. Sebariz Warna Berkah di Surabaya. Hal ini di buktikan dengan hasil uji secara parsial (uji t) yang dilakukan oleh peneliti yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Kepercayaan (X3) adalah sebesar 0,000 yang artinya lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan arti bahwa variabel Kepercayaan (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).
4. Hasil kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa travel umrah dan haji pada PT. Sebariz Warna Berkah di Surabaya. Hal ini di buktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan F_{hitung} sebesar 85,906.

6.2 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan dan hasil penelitian di atas saran-saran yang dapat diberikan penulis dalam skripsi ini adalah :

1. Pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan kepercayaan (X3) ini memiliki nilai yang signifikan dan pihak travel lebih terus meningkatnya lagi dari variabel Persepsi Harga (X2)
2. Pihak travel sebaiknya lebih dapat memberikan dan memperhatikan pengawasan pada jamaah. Terutama pada Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan yang diinginkan oleh jamaah. Karena dengan pengawasan yang baik dan menepati janji nantinya akan ada nilai tambah pada Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan pada travel tersebut dan Kepuasan Konsumen yang lebih pada jamaah.
3. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.