

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian dan hipotesis, serta pembahasan yang telah dibahas pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai penelitian ini sebagai berikut:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Satisfaction*. Artinya, semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka akan semakin meningkat pula *Satisfaction*. Ini berarti bahwa peningkatan dalam aspek kualitas layanan dapat memperbaiki pengalaman konsumen dan meningkatkan tingkat kepuasan mereka terhadap layanan yang diterima.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Satisfaction*. Ini berarti bahwa semakin tinggi persepsi harga yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin meningkat pula *Satisfaction* terhadap layanan yang diberikan. Hal tersebut juga didampingi dengan fasilitas yang memadai dan sesuai dengan manfaat yang akan dirasakan oleh konsumen.

Penelitian ini menemukan bahwa promosi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Satisfaction*. Ini menunjukkan bahwa semakin intensif dan efektif promosi yang dilakukan, maka akan semakin tinggi pula *Satisfaction*. Promosi yang baik dapat meningkatkan minat dan *Satisfaction* terhadap layanan yang ditawarkan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran bagi perusahaan

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka peneliti mengajukan usulan untuk melengkapi hasil penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Berdasarkan variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap *Satisfaction* pada BROW *Tours and Travel* Lumajang. Maka fokuslah pada peningkatan kualitas layanan melalui pelatihan staf, perawatan armada, dan peningkatan sistem layanan konsumen.

Berdasarkan variabel persepsi harga memiliki pengaruh positif terhadap *Satisfaction* pada BROW *Tours and Travel* Lumajang. Maka sebaiknya melakukan peninjauan dan penyesuaian harga secara berkala untuk memastikan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang diberikan. Mengadakan promosi atau diskon yang menarik untuk menarik lebih banyak konsumen tanpa mengurangi kualitas layanan.

Berdasarkan variabel promosi memiliki pengaruh positif terhadap *Satisfaction* pada BROW *Tours and Travel* Lumajang. Maka meningkatkan strategi promosi dengan menggunakan berbagai saluran pemasaran seperti media sosial dan iklan online agar dapat mempertahankan konsumen.