

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Variabel-variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan F hitung = 20,283 lebih besar dari F tabel = 3,283 pada probabilitas 0,000.
2. Variabel-variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial dengan kepuasan pelanggan karena masing-masing variable memiliki t hitung ($t_{x1} = 0,621$; $t_{x2} = 0,515$; $t_{x3} = 1,702$; $t_{x5} = 0,396$; lebih kecil dari t tabel = 2,005
3. Dari hasil analisis regresi berganda, variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 6,693 + 0,095 X_1 + 0,073 X_2 + 0,207 X_3 + 0,935 X_4 + 0,071 X_5$, artinya jika terjadi peningkatan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika terjadi penurunan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati maka akan diikuti oleh penurunan kepuasan pelanggan.
4. Variabel jaminan memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya jaminan merupakan variabel penting dalam upaya

peningkatan kepuasan pelanggan jika dibandingkan dengan variabel lainnya, sehingga Hipotesis II tidak diterima.

B. Saran-Saran

1. Dalam upaya mempertahankan atau meningkatkan kepuasan pelanggan agar tour travel tetap eksis dalam persaingan, maka pengelola tour travel PT Kusuma Jaya Angkasa di Surabaya hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati karena telah terbukti memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan hendaknya didukung dengan fasilitas fisik gedung, peralatan dan sarana yang memadai sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen, transaksi dapat dilakukan dengan baik, tepat dan cepat.
3. Peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan mengadakan pelatihan bagi karyawan, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan konsumen, misalnya melatih karyawan dengan teknik-teknik berkomunikasi yang menarik dan mampu mempengaruhi konsumen untuk loyal terhadap Tour Travel.
4. Karyawan hendaknya juga dibekali dengan ketrampilan khusus sehingga mampu menangani keluhan dan complain pelanggan dengan baik dan cepat, sehingga pelanggan merasa senang dan puas terhadap Tour Travel.

5. Karyawan hendaknya memiliki perhatian yang tinggi kepada para konsumen, seperti mengenali pelanggan dengan baik, tidak membedakan status social konsumen, mengingat keluhan pelanggan sebelumnya dan dapat menjadi pendengar yang baik dan benar.
6. Bagi peneliti lain hendaknya mengembangkan pola variabel bebas lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti bauran pemasan jasa, perilaku konsumen dan sebagainya.



DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arikunto, S. (2006). *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Basu Swastha dan Irawan, (2005), *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta
- Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Daryanto, dan Setyobudi, I. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo. 2000. *Statistik Induktif*. Yogyakarta : BPFE.
- Fajar, Laksana, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kuswadi. 2004. *Cara Mengukur Kepuasan Karyawan*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, 2004, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ed. 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Nasution, M.N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen Kualitas: Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Ramdan. 2008 Oktober 22. "Hubungan Kualitas Jasa dan Kepuasan Konsumen". (<http://asep-m-ramdan.blogspot.com>)
- Reza, Farah, 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal , Studi Kasus pada Ifi Futsal Bandung* ([file:///14.04.757_jurnal_eproc%20\(3\).pdf](file:///14.04.757_jurnal_eproc%20(3).pdf))

- Rizqilia, Zainul Arifin, Kadarisman, 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah*
(<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/948/1130>)
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan keenam. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono, 2006, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ketujuh, Bandung: CV. Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset
- Transtria Fia, 2006. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo*
(<https://joehanda077.files.wordpress.com/2011/07/analisis-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-tingkat-kepuasan-nasabah-pada-bank-muamalat-cabang-solo.pdf>)
- Yamit. Zullian.2004. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.

