

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dan pembahasan, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Customer experience* (X1) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung Dusun Sahabat Alam Malang.
2. Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung Dusun Sahabat Alam Malang.
3. Harga (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung Dusun Sahabat Alam Malang.
4. *Customer experience* (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung Dusun Sahabat Alam Malang.
5. Variabel kualitas pelayanan (X2) merupakan variabel yang dominan pada penelitian ini karena memiliki hasil nilai beta yang paling tinggi sebesar 0,472 dibandingkan variabel *Customer Experience* (X1) dan Harga (X3) yang hasilnya beta lebih kecil.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *customer experience*, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pengunjung Dusun Sahabat Alam Malang, dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa secara simultan ketiga variabel independen tersebut berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, secara parsial hanya variabel kualitas pelayanan dan harga yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, sedangkan *customer experience* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara individu. Dari ketiga variabel tersebut, kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pengunjung, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien beta tertinggi sebesar 0,472. Hal ini mengindikasikan bahwa upaya peningkatan kualitas pelayanan, seperti sikap ramah, ketepatan pelayanan, dan kenyamanan fasilitas, menjadi faktor kunci dalam membentuk kepuasan pengunjung Dusun Sahabat Alam. Oleh karena itu, fokus pada penguatan aspek pelayanan dapat menjadi strategi utama dalam meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, terdapat beberapa masukan yang dapat bermanfaat dari hasil penelitian ini adalah:

1. Meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan (*customer experience*) dengan cara mempertahankan keasrian dan keindahan alam, serta mengembangkan program-program wisata berbasis alam yang lebih interaktif dan edukatif. Hal ini penting mengingat aspek visual dan suasana alam menjadi daya tarik utama Dusun Sahabat Alam.
2. Memperbaiki dan memperluas variasi layanan agar lebih sesuai dengan kebutuhan beragam pengunjung. Misalnya, menambahkan paket wisata

keluarga, edukasi anak, atau layanan khusus untuk pengunjung berkebutuhan khusus.

3. Menjaga keseimbangan antara harga. Pengelola perlu memastikan bahwa harga yang ditetapkan tetap kompetitif, namun tetap mencerminkan nilai yang diterima oleh pelanggan, sehingga tercipta persepsi "*worth it*" dalam benak pengunjung. Saran kedepannya sebaiknya Dusun Sahabat Alam memberikan harga promo jika pengunjung atau kelompok melebihi 50 pengunjung sehingga memberikan kenyamanan atau daya tarik pengunjung untuk mengunjungi.
4. Peningkatan kualitas sumber daya manusia, terutama staf pelayanan, melalui pelatihan komunikasi yang empatik dan peningkatan kepekaan terhadap keluhan atau kebutuhan khusus dari pengunjung.
5. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti *brand image*, guna memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di sektor wisata alam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfian Dwi Cahya. 2024. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 1(3), 192–202.
- Ariyanto, A. 2020. *The influence of price and service quality on customer satisfaction at PT Sarana Estate*. *Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, Vol. 6(2), hlm. 217–228.
- Apriyani, R., & Maya, D. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 3(2), 45–56.
- Bahri, S. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*: Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Cahayana. 2024. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Milk dan Madu Restaurant at Ubud Bali. *JAKADARA: Jurnal Ekonomika Bisnis dan Humaniora*, 2(2). Diakses dari <https://doi.org/10.36002/jd.v2i2.2552/> pada 16 Maret 2025.
- Dara, N. D., Fitriadi, B. W., & Barlian, B. 2023. *The Influence Of Product Quality And Customer Experience Against Buying Decision (Survey On Consumers Of Rabbani Tasikmalaya)*. *Journal of Indonesian Management*, 3(3), 459–468.
- Ghozali. 2018. 14. BAB III METODE PENELITIAN-dikonversi (1). 28–39.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo, hlm. 42–43
- Indajang, K., Candra, V., Sianipar, M. Y., Sembiring, L. D., & Simatupang, S. 2023. The effect of service quality and price on customer satisfaction. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 942–950. Diakses dari <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.3090/> pada 17 Maret 2025.
- Izza, Dalimunte, Daulay. 2024. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan di Dapoer Numa. *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 19(1), 289–301. Diakses dari <https://doi.org/10.32534/jv.v19i1.5365> pada 17 Maret 2025
- Japariato, E. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis: Dilengkapi dengan Perhitungan SPSS*. Surabaya: Penerbit CV. Mitra Aditama.
- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Ningtyas, S. 2022. *The effect of price perception, service quality and e-WOM on customer satisfaction through purchasing decisions of Rail Express Madiun*. 11(2) Diakses dari <https://doi.org/10.33319/jeko.v11i2.125> pada 16 Maret 2025
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. 2019. *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. 2020. *Marketing 5.0: Technology for Humanity*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2019. *Marketing Management* (15th Edition). *Pearson Education Limited*.
- Lemon, K. N. & Verhoef, P. C. 2016. *Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey*. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.
- Manehat, M. M., & Tobing, S. H. 2024. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pada PT. Xander Kreasindo. *JPEMA: Jurnal Penelitian Manajemen*, 2022, 26–32.
- Meryawan. 2024. Perancangan Video Deskripsi Pelayanan Dalam Meningkatkan Service Excellent Pada Restoran Gubug Makan Mang Engking. *urnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, 5(1), 118 – 128
- Metarini, R. R. A. (2020). *Effect of service and price on customer satisfaction at Kartika Candra in Jakarta*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 10(1), 113.
- Pakpahan, A. F., Prasetyo, A., Negara, E. S., Gurning, K., Situmorang, R. F. R., Tasnim, T., Sipayung, P. D., Sesilia, A. P., Rahayu, P. P., Purba, B., Chaerul, M., Yuniwati, I., Siagian, V., & Rantung, G. A. J. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*.
- Prabawa, I. M. A., Ekawati, N. W., Yasa, N. N. K. & Suparna, G. 2023. *Customer experience dan Brand Image untuk Membangun Kepuasan Konsumen dan Repurchased Intention*. (16)
- Prasetyo, Joko; Yani, Burhanudin; Aryati DPW, Ida. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Mie Gacoan Manahan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(1), 250–256.
- Primasari, W. F. 2024. Pengaruh *Customer Experience*, Harga, dan Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kereta Api Ekonomi Stasiun Probolinggo (DAOP IX) Jember. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol. 8(1).
- Priyanto Susiloadi, Vivie Silvania Intan Nirmala 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Jogja-Solo *Jurnal Administrasi Publik*, 17(2), 204–221.
- Shahir, S. H. 2021. (M. s. Dr. Ir. Try kORYATI (ed.); PENERBIT K).
- Simon, H. & Fassnacht, M. 2019. *Price Management: Strategy, Analysis, Decision, Implementation*. Springer, 1st ed.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiarto, Eko, dkk. 2017. *Statistika untuk Penelitian*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Suhalim, S. P. 2024. *The influence of service quality and price on user satisfaction of food delivery service application in Palembang City*. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 7(3), hlm. 302–309.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (edisi 4). Andi.
- Vina Syafira Arbania, Derizka Inva Jaswita. 2024. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bioskop CGV Teras Kota. Jurnal Ilmiah PERKUSI: Pemasaran, Keuangan, dan SDM, hlm.75–88.
- Wicaksono, A. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Industri Jasa Transportasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 7(2), 101–110.
- Yin, R. K. 2018. *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.