

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Dari hasil analisis dan hipotesis maka peneliti ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian strategi promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan biro jasa wisata Nagan Tour and Travel. Hal ini dibuktikan dengan adanya hasil uji statistik t yang menyebutkan bahwa strategi promosi memiliki  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,615 < 1,70329$ ).
2. Berdasarkan hasil penelitian kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan biro jasa wisata Nagan Tour. Hal ini dibuktikan dengan pengujian uji statistik t yang menyebutkan bahwa kualitas produk memiliki  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,578 > 1,70329$ ) sehingga ini dinyatakan signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dilihat dari nilai sig. 0,016.
3. Berdasarkan hasil penelitian kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan biro jasa wisata Nagan Tour. Hal ini dibuktikan dengan adanya hasil uji statistik t yang menyebutkan bahwa kualitas layanan memiliki  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,094 < 1,70329$ ) sehingga penelitian ini dinyatakan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan tetapi hasil yang diperoleh bernilai positif dilihat dari nilai sig. sebesar 0,659

## **B. Implikasi Manajerial**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka implikasi manajerial yang bisa diterapkan pada perusahaan biro jasa wisata Nagan Tour sebagai berikut :

1. Hasil penelitian yang diperoleh dari strategi promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Nagan Tour and Travel. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Nagan Tour and Travel kurang dapat menarik minat pelanggan untuk menggunakan produk yang diberikan oleh Nagan Tour. Sehingga perusahaan perlu mengaji ulang strategi promosi yang dapat menambah tingkat kepuasan pelanggan Nagan Tour.
2. Hasil penelitian yang diperoleh dari kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Nagan Tour. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Sehingga dapat menjadi tolak ukur perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk Nagan Tour agar pelanggan merasakan kepuasan menggunakan biro jasa Nagan Tour.
3. Hasil penelitian yang diperoleh dari kualitas layanan yaitu, tidak ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan pelanggan tidak merasakan kepuasan dalam biro jasa pariwisata Nagan Tour. Sehingga perlunya di kaji ulang dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan agar pelanggan merasakan kepuasan menggunakan biro jasa Nagan Tour. Dengan adanya perubahan tersebut dapat memperbaiki kualitas layanan perusahaan Nagan Tour.

### **C. Keterbatasan**

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang memungkinkan dan dapat menimbulkan hambatan terhadap penelitian selanjutnya, diantaranya:

1. Ruang Lingkup ini hanya dilakukan pada perusahaan Nagan Tour saja, sehingga sample yang diperoleh berjumlah kecil.
2. Hasil penelitian ini tidak menjamin bahwa responden yang menggunakan jasa Nagan Tour memiliki kepuasan yang sama.
3. Responden menggunakan sample acak sehingga tidak hanya warna Indonesia saja melainkan juga responden dari mancan negara.

### **D. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memberikan saran kepada penelitian selanjutnya sebagai berdasarkan dari hasil keterbatasan yaitu :

1. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian tidak hanya satu perusahaan saja melainkan mengunkkan sampel beberapa perusahaan yang bergerak dibidang jasa tour and travel.
2. Menjadikan variabel pembanding antara strategi promosi dan kualitas layanan agar layak untuk dilakukan uji penelitian selanjutnya.
3. Dapat menjamin tingkat kepuasan bagi pelanggan yang menggunakan biro jasa tour and travel.
4. Menggunakan sample acak yang lebih akurat dalam penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assuri,Sofyan. 2010. Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan strategi. PT. Raja
- Arvita,Resty Haryanto 2013. “Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan Pada Restoran MC’Donal’s Manado”. Jurnal Emba. Vol. 1 No. 4. Skripsi Strata-1 Fakultas Ekonomi dan bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Samtulagi Manado  
<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=109191&val=1025>
- Boonee, Louis dan Kurtz David (2002). Pengantar Bisnis. Jilid ke-1 Terjemahan Anwar Fadriansyah. Penerbit Erlangga Jakarta.
- Daryanto,Ismanto Setyobudi, 2014. Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta Gava Media.
- Dwi, Anton Prasetyo,2014. ” Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Kaila Tour and Travel di Karanganyar. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta”. (Tidak Dipublikasikan)
- Ghozali,Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Edisi 2001.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- . 2006 . *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Trianah, Lilik, 2017. “Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan.” Jurnal Online Internasional & Internasional. ISSN 2502-6690(Online) ISSN 14104814. Vol. 20 No.1, Januari – Juni 2017. Diakses pada <http://www.journal.uta45jakarta.ac.id>
- Kotler, Philip dan Gery Armstrong, 2003: 266. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid I edisi ke 9*. PT.Indeks Gramedia Jakarta.
- . 2008. *Bauran Pemasaran. Edisi 12 jilid 2*. Erlangga 2008, Jakarta.
- . 2012:76. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga Jakarta
- Kuncoro, Mudajad. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga Jakarta
- Maman, Arya P. 2012. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT.BCA Cabang Kanjengan Semarang. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. (Tidak Dipublikasikan)

- Pasuraman, A, Zenit, V., & Berry, L.L. 1985. "A Conceptual Model of Service Quality And Its Implication for Future Reserch. The Journal of Marketing. Vol 49
- Priyatno, Duwi 2009. *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17*. Yogyakarta. ANDI
- Sekaran, Uma 2006 :62. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Penerbit Salemba Empat
- . 2006 :62. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Penerbit Salemba Empat
- . 2006: 244 .*Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Penerbit Salemba Empat
- Sugiyono, 2013:61 . *Statistik untuk penelitian. Best Seller Bandung*. CV. Alfabeta
- . 2013:354 . *Statistik untuk penelitian. Best Seller Bandung*. CV. Alfabeta
- . 2015 . *Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan dan Penelitian Evaliatif*. Bandung CV. Alfabeta
- Subagyo, Ahmad. 2010. *Marketing In Business*. Mitra Wacana Media. Jakarta Grafindo Persada Jakarta.
- Swastha Basu. 2004. *Statistika untuk penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Umar, Husein, 2003. *Metode Riset: Prilaku Konsumen Jasa*. Jakart: PT. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono 2004, *Pemasaran Jasa*, Edisi I, Malang, Banyumedia Publishing
- . 2011, *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Malang.
- . 2012, *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta
- ANDI
- Wijayanti, Titik. 2012. *Managing Marketing Plan. Teori dan Aplikasi*. Elex Media Kompetindo Jakarta.
- <http://www.yogyakarta.bps.go.id>
- <http://www.pariwisata.jogjakota.go.id>
- <http://www.nagantour.com>