

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan kajian dan pembahasan hasil penelitian tentang “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Travel Agent PT Dos Ni Roha Java Di Summarecon Bekasi”, dapat dikemukakan kesimpulan sebagai berikut.

1. Variabel Harga memiliki pengaruh signifikansi terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan Hasil tersebut menunjukkan harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan indikator - indikator variabel harga berkontribusi sebagai faktor penentu pembeli dalam mempertimbangkan dan memutuskan pembelian. Berdasarkan dari jawaban responden, bahwa harga yang ditetapkan Travel Agent PT Dos Ni Roha Java sesuai dengan kemudahan pemesanan dan sebanding dengan kualitas yang diberikan Travel Agent PT Dos Ni Roha Java.
2. Variabel Promosi memiliki pengaruh yang signifikansi terhadap kepuasan pelanggan, ini dikarenakan hal tersebut membuktikan bahwa promosi serta indikator-indikator variabel promosi berkontribusi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Travel Agent PT Dos Ni Roha Java cukup aktif dalam melakukan promosi baik dalam bentuk banner atau media sosial maupun program diskon yang dimiliki oleh Perusahaan. bagi variabel kepuasan pelanggan dengan hubungan korelasi pada tingkat cukup kuat. Artinya,

ketika promosi yang dirasakan konsumen makin, berarti meningkat keputusan pembeliannya. Hal ini dikarenakan konsumen membeli produk pada Travel Agent PT Dos Ni Roha Java karena dengan promosi yang ada.

3. Pengaruh Harga dan Promosi saling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian jelas bahwa setiap variabel independent memiliki pengaruh terhadap konsumen Travel Agent PT Dos Ni Roha Java secara bersamaan memengaruhi signifikan dan positif bagi variabel kepuasan pelanggan dengan hubungan korelasi pada tingkat cukup kuat. Artinya semakin baik harga dan promosi, berarti makin tinggi kepuasan pelanggan yang hendak dilaksanakan.

5.2 Keterbatasan

Karena keterbatasan yang ada pada penelitian ini, maka hal-hal berikut ini adalah.

1. Peneliti hanya mencakup informasi variabel harga dan promosi untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pada penelitian ini tidak memiliki suatu nilai yang benar-benar pelanggan Travel Agent PT Dos Ni Roha Java karena pada penilai ini merupakan hasil dari 41% pembeli yang hanya 1-2 kali pembelian sehingga pada tersebut belum mencakup yang sesungguhnya.
3. Keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian masih kurang untuk mendapatkan respon yang lebih banyak guna mendapatkan hasil yang sempurna.

5.3 Saran

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, berikut ide penelitian dan pembelajaran yang dapat diambil dari penelitian ini.

1. Kualitas produk yang ditawarkan Travel Agent PT Dos Ni Roha Java kepada publik harus tetap stabil dan terbuka untuk publik. Karena itu, masyarakat umum lebih menyukai Travel Agent PT Dos Ni Roha Java dari pada travel lainnya yang karena produk yang ditawarkan dan service memiliki kualitas baik dari pada para pesaingnya.
2. Promosi yang dikembangkan oleh Travel Agent PT Dos Ni Roha Java memenuhi ekspektasi konsumen mengenai travel agent PT Dosni namun konsumen tidak sependapat untuk produk Travel Agent PT Dos Ni Roha Java memiliki kualitas yang unggul, Oleh karena itu, sangat penting untuk memperkuat dan memperluas Promosi ke seluruh masyarakat. Hal ini akan menyebabkan konsumen terus memiliki sikap positif terhadap travel agent PT Dosni saat melakukan pembelian. Karena fakta bahwa Travel Agent PT Dos Ni Roha Java dikenal sebagai sebagian besar masyarakat Summarecon yang reputasinya perlu dipertahankan jika ingin terus positif di kalangan masyarakat umum.
3. Pada penelitian ini diharapkan bisa berpengaruh terhadap perkembangan Travel Agent PT Dos Ni Roha Java supaya lebih baik dalam menjaga kepuasan pelanggan pada harga dan promosi yang di tawarkan Perusahaan.
4. Hasil dari uji r^2 menunjukkan nilai 0,818 atau sebanyak 81,8% variabel harga dan promosi yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Terlepas dari itu dinyatakan bahwa 18.2% penelitian di pengaruhi oleh faktor luar atau variabel tambahan yang tidak dijelaskan oleh penulis.

