

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, akhirnya dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel bebas produk (X_1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Hotel Wijaya 1 Sumenep, Madura. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t dimana, nilai t_{hitung} variabel produk (X_1) $1,161 < \text{nilai } t_{tabel} 1,985$.
2. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel bebas harga (X_2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Hotel Wijaya 1 Sumenep, Madura. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t dimana, nilai t_{hitung} variabel harga (X_2) adalah $1,064 < \text{nilai } t_{tabel} 1,985$.
3. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel bebas lokasi (X_3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Hotel Wijaya 1 Sumenep, Madura. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t dimana, nilai t_{hitung} variabel lokasi (X_3) adalah $0,991 < \text{nilai } t_{tabel} 1,985$.
4. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel bebas kualitas layanan (X_4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Hotel Wijaya 1 Sumenep, Madura. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t dimana, nilai t_{hitung} variabel kualitas layanan (X_4) adalah $4,422 > \text{nilai } t_{tabel} 1,985$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

5. Berdasarkan hasil regresi linear berganda, kontribusi yang paling besar adalah kualitas layanan (X_4) sebesar $0,549 = 54,9\%$ sehingga perlu diperhatikan lebih dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan diatas, maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian regresi linear berganda, kontribusi yang paling besar adalah kualitas layanan (X_4) sebesar $0,549 = 54,9\%$, sehingga Hotel Wijaya 1 Sumenep, Madura diharapkan lebih memperhatikan variabel kualitas layanan (X_4) agar tetap bisa bersaing dan tetap menjaga kualitas, dan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) di Hotel Wijaya 1 Sumenep, Madura dan pelanggan akan kembali menginap di Hotel Wijaya 1 Sumenep, Madura.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk meneliti variabel lain karena berdasarkan analisa koefisien determinasi besarnya sumbangan variabel produk (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3), dan kualitas layanan (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar $0,261$ atau $26,1\%$ sedangkan sisanya $73,9\%$ dipengaruhi oleh variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Assauri, S. 2012. *Strategi Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: Raja Garfindo Persada.
- BKPM. 2017. *Peluang Investasi*. <http://www.bkpm.go.id/id/peluang-investasi/peluang-berdasarkan-sektor/pariwisata> (Diakses Tgl.26 Juli 2017 : Pk. 21.30)
- Diansari, S., dan Hening Widi Oetomo, H. 2016. Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Vol.5 No.12 Desember (1-20)
- DISBUDPARPORA. 2017. *Pariwisata*. <http://disbudparpora.sumenep.go.id/pariwisata/id/index2.html> (Diakses Tgl.26 Juli 2017 : Pk. 22.07)
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian: Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: UNDIP PRESS
- HUKUMONLINE. 2009. *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009*. <http://m.hukumonline.com/pusatdata/detail/29086/nprt/1060/uu-no-10-tahun-2009-kepariwisataan> (Diakses Tgl.26 Juli 2017 : Pk. 22.32)
- JUNAIDI. 2010. *Tabel r*. <http://junaidichaniago.wordpress.com> (Diakses Tgl. 05 November 2017 : Pk.01.12)
- Kotler, P. 2012. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi kedua. Jakarta : Erlangga.
- _____. dan Gary Armstrong. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.

_____. dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke-13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Lupiyoadi. R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa berbasis kompetensi*. Edisi Ke-2. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Moha, S., dan Sjendry Loindong. 2016. Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.4 No.1 Maret (575-584)

Parasuraman, A. 2011. *Delivering Quality Service, Balancing Customer Perception and Expectation*. New York: The Free Press.

Priyatno, D. 2013. *Analisis korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta : Gava Media.

Rachman, F dan Tri Yuniati. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Vol. 3 No. 11 (1-15)

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. 2012. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi Offset.

_____. dan Gregorius Chandra. 2012. *pemasaran strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.

Utama, I Gusti Bagus Rai. 2016. *Pengantar Industri Pariwisata*: Edisi Revisi. Yogyakarta : Deepublish.

Wijaya, T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi 1. Jakarta: PT Indeks.

Wijayanti, T. 2012. *Marketing Plan, perlukah?*. Jakarta: Elex Media Komputindo

