

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari pengolahan data dan pembahasan yang telah dilakukan penulis maka dapat ditarik kesimpulan dari judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Umroh di PBMT Travel Yogyakarta (Studi Kasus Alumni Umroh PBMT Travel pada BMT Beringharjo Yogyakarta)” yaitu sebagai berikut :

1. Hasil uji t (parsial) dari tabel diatas telah menjawab rumusan masalah “Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PBMT Travel pada BMT Beringharjo Yogyakarta?” dan jawabannya adalah variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan jama’ah PBMT Travel pada BMT Beringharjo karena memiliki nilai t hitung 2,001 lebih besar dari t tabel 1,996 dan signifikansi sebesar 0,049 yang berarti lebih kecil dari 0,05 atau $0,049 < 0,005$.
2. Hasil uji t (parsial) yang sudah dilakukan dapat menjawab rumusan masalah “Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PBMT Travel pada BMT Beringharjo Yogyakarta?” dan jawabannya ialah variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan jama’ah PBMT Travel pada BMT Beringharjo. Hal ini dapat dilihat nilai t hitung sebesar 3,944 $> 1,996$ dari t tabel dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Hasil uji t (parsial) sudah dapat menjawab rumusan masalah “Apakah word of mouth secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PBMT

Travel pada BMT Beringharjo Yogyakarta?” dan jawabannya adalah variabel word of mouth berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan jama’ah PBMT Travel pada BMT Beringharjo dengan diperkuat dari hasil nilai t hitung 2.906 lebih besar dari t tabel yaitu 1,996 dengan signifikansi $0,005 < 0,05$.

4. Berdasarkan uji F (simultan), telah menjawab rumusan masalah sebagai berikut “Apakah variabel kualitas pelayanan, harga dan word of mouth secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PBMT Travel pada BMT Beringharjo Yogyakarta?” dan jawabannya Ya, variabel kualitas pelayanan, harga dan word of mouth secara bersamaan berpengaruh secara keseluruhan terhadap kepuasan jama’ah PBMT Travel pada BMT Beringharjo karena dilihat dari hasil nilai F hitung $> F$ tabel hitung yakni sebesar $19.272 > 2,74$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

B. Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilaksanaka, penulis menyadari jika masih banyak kekurangan dalam penulisan ini. Maka penulis mencoba memberikan saran yakni sebagai berikut:

1. PBMT Travel pada BMT Beringharjo harus lebih meningkatkan kembali kualitas pelayanannya khususnya dalam melaksanakan operasional perusahaan jasa travel agar tidak terjadi wom negatif tentang perusahaan.
2. PBMT Travel harus meningkatkan fasilitas sesuai harga karena masih ada beberapa responden yang mengeluhkan bahwa harga yang diberikan masih lebih mahal dari biro travel lain dengan fasilitas yang sama. Oleh sebab itu sebaiknya lebih ditingkatkan kembali fasilitasnya seperti dekatnya hotel dari ka’bah, makanan selera indonesia.

3. PBMT Travel khususnya BMT Beringharjo sebaiknya menerapkan marketing khusus untuk perjalanan umroh agar dapat mengajak anggota atau calon konsumen lain bisa bergabung menjadi alumni umroh PBMT Travel sehingga tidak kalah saing dengan perusahaan jasa travel lainnya dan dapat memberikan pengetahuan ekonomi syari'ah dan dakwah lebih baik lagi.
4. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel lebih banyak, atau dapat membandingkan BMT Beringharjo dengan BMT di yogyakarta lainnya yang tergabung dalam PBMT Travel.
5. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya agar penelitian ini dapat berlanjut memberikan spesifik gambaran mengenai kualitas pelayanan harga dan word of mouth terhadap kepuasan konsumen alumni umroh.