

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan sebuah penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Faktor Emosional Terhadap Kepuasan Jamaah di PT. SAMIRA ALI WISATA Kota Padang, maka dalam hal ini dapat ditarik beberapa kesimpulan yang mana diantaranya adalah:

1. Dari hasil analisis regresi linear berganda, maka dapat dijelaskan bahwa rumus regresi linear berganda $Y = 20,939 + 0,375 X_1 - 0,011 X_2$. Dimana nilai a diperoleh sebesar 20,939, yang mana angka ini adalah nilai konstan yang menunjukkan bahwa apabila tidak ada Kualitas Pelayanan dan Faktor Emosional maka nilai konsistensi dari Kepuasan Jamaah adalah sebesar 20,939. Nilai b_1 adalah sebesar 0,375, jika setiap kenaikan bertambah 1% skor Kualitas Pelayanan, maka Kualitas Pelayanan akan naik menjadi 37,5% sedangkan nilai b_2 adalah -0,011, jika setiap kenaikan bertambah 1% skor Faktor Emosional, maka skor akan menjadi 01,1% dan Kepuasan Jamaah menurun.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan uji t , nilai t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan lebih besar daripada nilai t_{tabel} yaitu $5,486 > 1,988$ dengan nilai signifikansinya sebesar dibawah 0,05 yaitu 0,000. H_0 ditolak dan H_a diterima, Kualitas Pelayanan secara parsial

berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Jamaah. H_a ditolak dan H_o diterima, maka dapat diambil sebuah keputusan bahwa variabel FaktoEmosional tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Jamaah.

3. Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan uji F maka didapatkan nilai F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} yaitu sebesar $24,135 > 3,104$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga H_o ditolak dan H_a diterima, dapat diambil sebuah keputusan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Faktor Emosional secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Kapuasan Jamaah.

B. Saran

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini, maka ada beberapa saran yang peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Dari Hasil Penelitian dengan mengumpulkan data melalui angket/kuesioner, maka diperoleh angka terendah pada kualitas pelayanan dengan angka ,50 dengan pertanyaan nomor 2 terletak tentang Bukti

Fisik Perusahaan. Dalam hal ini, pihak PT SAMIRA ALI WISATA Kota Padang harus mampu memberikan kenyamanan dari fisik atau fasilitas yang ada di PT SAMIRA ALI WISATA Kota Padang, yaitu kursi, meja, AC dan lain-lain. Dengan demikian apabila perusahaan tersebut mampu memaksimalkan itu semua, maka

Kepuasan Jamaah yang diharapkan akan meningkat melebihi yang dipikirkan oleh pihak

PT SAMIRA ALI WISATA Kota Padang. Untuk meningkatkan Kualitas Pelayanan, pihak PT SAMIRA ALI WISATA harus

memberikan sebuah komunikasi yang baik dengan Jamaah. Selain itu,

pihak PT SAMIRA ALI WISATA juga harus memberikan dan meningkatkan rasa empati yang tinggi terhadap Jamaah, sehingga dengan demikian Jamaah akan merasa dihargai oleh pihak perusahaan.

2. Dari Hasil Penelitian dengan mengumpulkan data melalui angket/kuesioner, maka diperoleh angka terendah pada kualitas pelayanan dengan angka ,502 dengan pertanyaan nomor 11 terletak tentang Kepuasan Emosional Jamaah. Pada dasarnya, bahwa Faktor Emosional tidak terlalu diperhitungkan atau tidak terlalu berpengaruh terhadap Kepuasan Jamaah, namun pihak PT SAMIRA ALI WISATA Kota Padang harus mampu memberikan sebuah Kepuasan Emosional terhadap Kepuasan Jamaah yang ada di PT SAMIRA ALI WISATA Kota Padang, dengan demikian apabila Jamaah mendapatkan kebahagiaan terhadap perusahaan, maka itu akan membuat sebuah perusahaan semakin maju dan berkembang dengan baik. Untuk meningkatkan Faktor Emosional Jamaah, pihak PT SAMIRA ALI

WISATA harus paham dengan kebutuhan Jamaah dengan baik. Disamping itu, pihak PT SAMIRA ALI WISATA harus membangun sebuah koneksi yang baik dengan Jamaah, seperti dengan halnya memberikan sebuah respon yang baik dan komunikasi yang baik dengan para Jamaah. Apabila pihak PT SAMIRA ALI WISATA mampu memberikan itu semua, maka Jamaah akan merasa dihargai dan dimengerti oleh pihak perusahaan.

3. Dari Hasil Penelitian dengan mengumpulkan data melalui angket/kuesioner, maka diperoleh angka terendah pada kualitas pelayanan dengan angka ,510 dengan pertanyaan nomor 48 tentang Minat Berkunjung Kembali. Sebuah Kepuasan Jamaah dapat mempengaruhi sebuah Kepuasan PT SAMIRA ALI WISATA Kota Padang, oleh karena itu pihak PT SAMIRA ALI WISATA Kota Padang harus memberikan sebuah Kepuasan agar dapat minat mereka cukup tinggi kepada PT SAMIRA ALI WISATA Kota Padang. Dengan demikian, bahwa letak kepuasan jamaah tersebut akan mampu menopang sebuah masa depan perusahaan. Untuk mendapatkan sebuah Kepuasan Jamaah, pihak PT

SAMIRA ALI WISATA Kota Padang harus mampu meningkatkan Kualitas Pelayanan serta dengan memberikan sebuah fasilitas yang baik kepada Jamaah seperti AC pada ruang tunggu dan berbahasa yang baik kepada para jamaah tersebut.

4. Dari tiga variabel dalam penelitian ini, maka variabel Kualitas Pelayanan yang diambil dari buku Parasuraman dengan berbagai indikator penelitian, maka indikator-indikator tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Jamaah. Adapun variabel Faktor Emosional dalam buku Philip Kotler, dengan beberapa indikator, maka hasil dalam penelitian ini mengatakan, bahwa Faktor Emosional tidak Berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Jamaah. Oleh karena itu, perlu dipahami, pihak perusahaan harus meningkatkan kepuasan melalui respon emosional dari para jamaah, mungkin perusahaan lain banyak unggul dalam hal produk, tapi perlu dipahami bahwa memberikan kebahagiaan kepada para jamaah, lebih bagus dari apa yang dipikirkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya. (2016). Jakarta: Kementrian Agama RI.
- Abdillah, Pius & Prastya Danu. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. (Surabaya: Arloka).
- Adi, Musthofa Novan. (2016) *Implementasi Quick Response (QR) Code pada Aplikasi Validasi Dokumen Menggunakan Perancangan Unified Modelling Language (UML)*. Jurnal Antivirus, Vol. 10 No. 1.
- Afriyatni, Tia. (2024). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Kementrian Agama Kota Padang*. Skripsi Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi.
- Ali, Brah Shaukat And Ying Lim Huci. (2006). *"The Effect Of Technology And TQM on the Performance of Logistics Companies"*. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* 36, no. 3.
- Anugrah, Krishna dan Wayan, I Sudarmayasa. 2020. *Kualitas Pelayanan Jasa: Akomodasi*. (Gorontalo: Ideas Publishing). Ed. Cet. 1.
- Arifin, Zainal. (2012). *Penelitian Pendidikan*. (Bandung: PT Rosdakarya, 2012).
- Arikanto. (2016). *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta.
- Arir, Rianto. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta).
- Audila, Fitri. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Disyamil Aqiqah dan Catering Kota Padang*. Skripsi Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
- Darmawan. (2022). *Kualitas Pelayanan: Administrasi Dokumen Eksport Import Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Studi Kasus The 1st LP31 National conference Of Vocation Busines and Technology (LICOVBITECH): Jakarta.
- Dikutip dari: <https://dilihatya.com/2236/pengertian-pengaruh-menurut-para-ahli>.
- Fadhli, Khotim dan Dwi, Nia Pratiwi . (2021). *Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional, Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang*. Jurnal Inovasi Penelitian, Vol. 2 No. 2.

- Farel, Muhammad Herman dkk. (2022). *Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran)*. Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial. Vol. 3, Issue 2022.
- Gaspersz, Vincent. (2003). *Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep-Konsep Kualitas Dalam Manajemen Bisnis Total*. (Jakarta: Penerbit Gramedia).
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gronroos, Cristian. (1984). "A Service Quality Model and it's Marketing Implications". *European Journal of Marketing*, 18 no. 4.
- Hasan, Samsurijal. (2020). *Kunci Sukses Kepuasan pelanggan (Upaya Membangun BUMD)*. (Media Madani: Banten).
- Hera, Hastuti Zafri. (2021). *Metodologi Pendidikan*. ed.by Diah Safitri. Edisi Pert (Depok: PT. Raja Grafindo Persada).
- Hermanto. (2019) *faktor Pelayanan, Kepuasan & Loyalitas Pelanggan*. (CV. Jakad Publishing: Surabaya).
- <https://www.google.com/amp/s/uas20114245grace.wordpress.com/2014/12/19/jenis-jenis-penelitian-menurut-para-ahli/amp/>, diakses pada tanggal 07 Maret 2024.
- Irawan. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Pekanbaru*. (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Kertajaya, Hermawan dan Syakir, M. Sula. (2006). *Syariah Marketing*. (Bandung: Mizan).
- Kotler, Philip. (1980). *Principles Marketing, Pretince-Hall Inc*. (Engglewood Cliffs New Jersey).
- Kusuma dan Suwitho. (2015). *Pengaruh Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan*. (Jurnal Ilmu Riset Manajemen Volume 4 no. 12).
- Mahira. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Indihome*. Jurnal Korelasi, volume 2.
- Mardalis. (1990). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara).

- Martono, Nanang. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada).
- Mirsyia, Satria Affandy Nasution. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan*. Jurnal Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan Vol. 2 No. 1 Medan.
- Muharram, Husni Ritonga. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan*. Jurnal Manajemen Toulis Vol. 12 no. 2.
- Octaviani, Aditha Venny dan Asrori Imam. (2024). *Analisis Pengaruh Service Quality dan Complain Handling Terhadap Customer Satisfaction Pada Nite And Day Hotel Melawi*. Jurnal Volume 22 No. 1.
- Pangeran Syafar Arsyad, Muh Rezky. (2023). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Mirai Management. Volume 8 Issue 2.
- Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. (1989). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka).
- Rifa'i, Khamdan. (2023). *Kepuasan Konsumen*. (UIN KHAS Press: Jawa Timur).
- Ruslan, Rosady. (2003). *Metode Penelitian Public Relation dan komunikasi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada).
- Sayidah, Nur. (2018). *Metode Penelitian Disertai Dengan Contoh Penerapannya Dalam Penelitian*. (Zifatama Jawa).
- Sidik, M. Priadana, M.S & Denok Sunarsi S.Pd., M.M., CHt. (2021) *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Tangerang Selatan: Pascal Books).
- Siwi Kristiyanti, Celina Tri. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika).
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Bandung).
- _____. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta).
- _____. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methode)*. (Bandung: Alfabeta).

- Sunardi. (2021). *Kualitas pelayanan Islam & Kepuasan Konsumen Teori dan Praktik*. (Sanabil: Mataram). Ed. Cet. 1.
- Surti, Indah dan Nur Angraeni Fitria. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business, Vol. 3 No. 3.
- Susanti, Leni dan Afrizal, Zein. (2024). *Manajemen Kepuasan Pelanggan*. (CV Eureka Media Aksara: Jawa Tengah). Ed. Cet. 1.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Ed. 4. Andi. Yogyakarta.
- Widodo. (2017). *Metode Penelitian: populer dan Praktis*. (Jakarta: PT. Grafindo Persada).
- Zeelenberg, Marcel. (2003). "Regret in Repeat Purchase versus Switching Decisions: The Attenuating Role Of Decision Justifiability", *Journal of Consumer Research* 29.
- Zeithaml Valerie, Parasuraman A. A. dan Berry, L. Leonard. (1994). *Reassessment of expectation as A Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implication for Futher Research*", *Journal of Marketing*, 58.
-
- (2008).
Delivering Quality Service: Balancing Costumer Perception And Exxpection. Thale Free Press New York: Ny.