BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Bauran pemasaran jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Natar Lampung Selatan” dapat diterima atau terbukti dalam penelitian ini. Hat tersebut berdasarkan:

1. Hasil uji koefisien determinasi R^2 (R *Square*) = 0.880 yang berarti sumbangan variabel X (Bauran Pemasaran Jasa) dalam mempengaruhi variabel Y (Kepuasan Pengunjung) adalah sebesar 88%. Hal tersebut berarti bauran pemasaran jasa merupakan salah satu instrumen yang mempengaruhi kepuasan pengunjung Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Natar Lampung Selatan, dan selebihnya sebesar 12% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Hasil dari uji F yang menghasilkan nilai F hitung sebesar 102,027 dan F tabel sebesar 2,11. Nilai F hitung lebih dari nilai F tabel. Hal tersebut berarti

variabel bauran pemasaran jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Natar Lampung Selatan.

3. Berdasarkan uji t dapat diketahui nilai dari setiap variabel-variabel bauran pemasaran jasa (X) yang terdiri dari *Product* (X1), *Price* (X2), *Place* (X3), *Promotion* (X4), *People* (X5), *Physical Evidence* (X6), dan *Process* (X7) secara parsial ada pengaruh signifikan pada kepuasan pengunjung (Y) Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Natar Lampung Selatan. Besar pengaruh dari tujuh variabel penelitian yang terbesar adalah *physical evidebce,* yang selanjutnya diikuti oleh variabel *people, price, process, product, promotion,* dan *plece*. Namun nilai besaran pengaruh tersebut memiliki nilai relatif masih rendah, yaitu di bawah 50% . Hal ini menunjukkan ada variabel lain yang mempengaruhi kepuasan selain bauran pemasaran jasa. Menurut Engel *et al*, (1994:24) dalam penelitian Lumbantobing (2012) *prestise* adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan. *Prestise* adalah sentimen di dalam pikiran orang yang mungkin tidak selalu mengetahui bahwa hal tersebut ada disana. Dilain pihak, hasil respon responden juga masih menunjukkan beberapa respon yang negatif atau tidak setuju dalam indikaor-indikator variabel bauran pemasaran jasa. Indikator pada variabel *product* yang masih direspon negatif adalah variasi produk, variabel *price* yang masih direspon negatif adalah pemberian diskon, variabel *place* yang masih direspon negatif adalah lokasi yang srtategis dan keterjangkauan lokasi, variabel *promotion* yang masih direspon negatif adalah

promosi paket jasa, variabel *people* yang masih direspon negatif adalah pegawai memiliki pengetauan yang baik, variabel *physical evidence* yang masih direspon negatif adalah penampilan fisik pegawai, dan variabel *process* yang masih direspon negatif adalah prosedur pelayanan kunjungan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan oleh pengelola Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort sebagai berikut:

1. Pengelola Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Natar Lampung Selatan sebaiknya dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas dari bauran pemasaran jasa yang ada kerena berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
2. Beberapa item pertanyaan yang masih perlu ditinjau ulang dan perlu perbaikan karena belum memberikan pengaruh pada kepuasan pengunjung adalah:
   a. Pada variabel *product*, pengelola sebaiknya menawarkan paket jasa yang lebih bervariasi yang dimulai dengan melakukan studi kebutuhan paket jasa.
   b. Pada variabel *price*, pengelola sebaikya menambah variasi diskon yang lebih menarik, terutama pada saat libur sekolah atau saat pemesana paket jasa dalam jumlah banyak.
   c. Pada variabel *place*, pengelola sebaiknya melakukan penambahan dan memperjelas petunjuk lokasi agar lebih mudah dilihat oleh pengunjung sehingga mempermudah mereka untuk berkunjung.

d. Pada variabel *promotion,* pengelola sebaiknya melakukan berbagai jenis media iklan yang lebih efektif seperti internet dan media sosial untuk lebih menjangkau calon pengunjung potensial, selain dengan media masa cetak yang sudah ada.

e. Pada variabel *people,* pengelola sebaiknya dapat melakukan pelatihan dan pengenalan setiap lini produk yang ada secara berkala supaya semua pegawai dapat menjelaskan produk-produk yang ditawarkan dengan baik.

f. Pada variabel *physical evidence,* pengelola sebaiknya lebih memperhatikan kesamaan seragam dan kerapian cara berpakaian dengan cara memberikan seragam resmi secara berkala dan memberikan standar tata cara berpakaian dalam bekerja.

g. Pada variabel *process,* pengelola sebaiknya melakukan penambahan jalur masuk atau proses pemesanan paket jasa yang ada dengan memanfaatkan media internet dan juga menambahkan sarana pembayaran seperti bekerjasama dengan berbagai bank.

3. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah hanya menggunakan variabel bebas bauran pemasaran jasa yang berpengaruh terhadap kepuasan. Berarti masih ada variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat dikembangkan dengan mengembangkan variabel-variabel bebas lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini dalam mengukur kepuasan.