



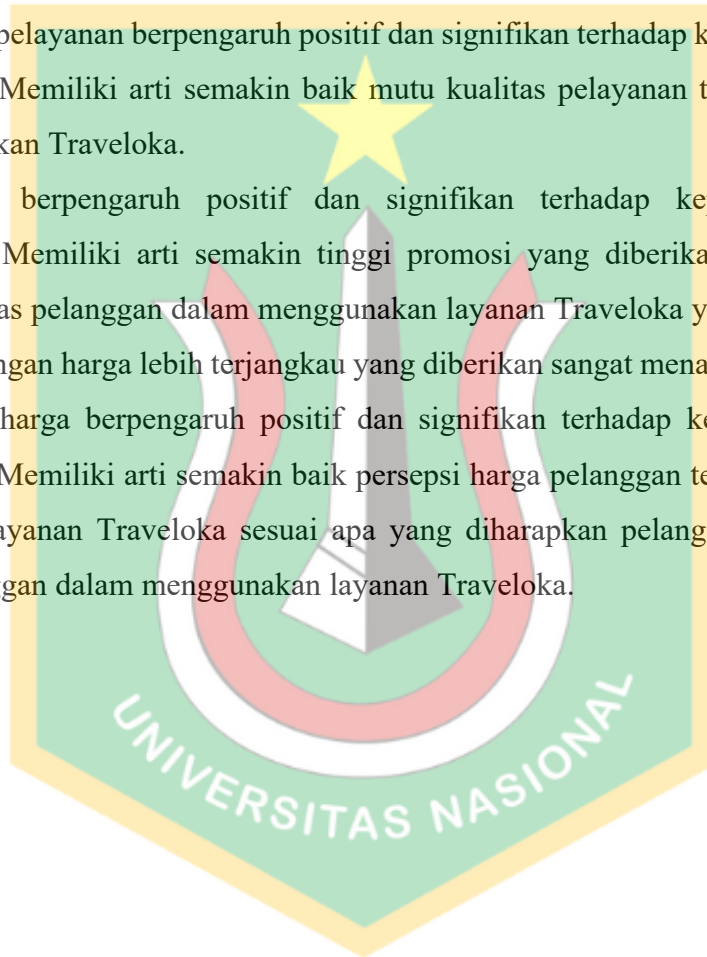
BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas pelayanan, promosi, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Traveloka, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Traveloka. Memiliki arti semakin baik mutu kualitas pelayanan terhadap pelanggan yang diberikan Traveloka.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Traveloka. Memiliki arti semakin tinggi promosi yang diberikan Traveloka, maka semakin puas pelanggan dalam menggunakan layanan Traveloka yang berisi beragam promosi dengan harga lebih terjangkau yang diberikan sangat menarik bagi Traveloka.
3. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Traveloka. Memiliki arti semakin baik persepsi harga pelanggan terhadap harga yang diberikan layanan Traveloka sesuai apa yang diharapkan pelanggan, maka semakin puas pelanggan dalam menggunakan layanan Traveloka.



B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka dapat diusulkan beberapa saran yang mungkin dapat dilakukan dan bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Traveloka

a. Untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan, akan lebih baik jika perusahaan Traveloka melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Melakukan evaluasi terhadap penetapan harga dan menerapkan strategi harga berbasis persaingan atau strategi penetapan harga dengan memperbanyak promosi yang menawarkan harga diskon, sehingga harga yang ditawarkan menjadi lebih menarik.
- 2) Meningkatkan inovasi dan kreativitas dalam promosi agar iklan dan promosi Traveloka lebih menarik bagi pelanggan untuk menggunakan layanan Traveloka dalam pembelian tiket perjalanan. Informasi tentang promosi ini harus mudah diakses oleh pelanggan melalui berbagai media. Hal ini penting karena dalam penelitian ini, variabel persepsi harga memberikan kontribusi paling besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Jika peneliti selanjutnya ingin menggunakan variabel yang berbeda untuk menentukan kepuasan pelanggan atau ingin meneliti produk atau jasa yang berbeda, mereka dapat memodifikasi pendekatan penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan
2. Mengukur Kepuasan Pelanggan dalam Berbagai Konteks Bisnis
3. Klasifikasi Variabel untuk Analisis Kepuasan Pelanggan

Dalam hal ini, peneliti akan memiliki fleksibilitas untuk memilih variabel yang paling relevan dengan produk atau jasa yang mereka teliti. Variabel tersebut dapat mencakup aspek seperti kualitas pelayanan, promosi, harga, kepercayaan, atau faktor lain yang dianggap signifikan dalam konteks penelitian mereka. Peneliti dapat menggunakan variabel yang berbeda untuk menentukan kepuasan pelanggan, serta produk atau jasa yang berbeda dalam penelitian mereka.