

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang telah dilakukan maka diajukan beberapa kesimpulan penting yang merupakan dari jawaban permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada wisata edukasi keju lasi.
2. Kualitas produk memiliki hubungan positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada wisata edukasi keju lasi.

#### **5.2 Implikasi Penelitian**

Sesuai dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat di ajukan implikasi penting yang dapat bermanfaat bagi pihak pengelola wisata edukasi keju lasi.

1. Bagi manajemen wisata edukasi keju lasi untuk dapat mendorong menguatnya nilai kualitas pelayanan dalam diri setiap pegawai pada wisata edukasi keju lasi. Hal tersebut dapat memberikan porsi *reward* yang sesuai dengan pegorbana kerja yang di berikan, meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memberikan pelatihan yang baik terhadap pegawai wisata edukasi kejulasi secara berkala dan berkesinambungan, sehingga konsumen yang datang akan selalu mendapatkan perhatian yang baik dari pegawai wisata edukasi keju lasi.

2. Bagi manajemen wisata edukasi kejulasi dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi peningkatan kualitas pelayanan dan produk para pelaku UMKM di wisata edukasi keju lasi terutama pada kualitas produk harus lebih megembangkan kemasan yang menarik sehingga bias meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Bagi manajemen perusahaan, *Pertama*, terus tingkatkan kualitas pelayanan yang sudah ada, mengingat semakin tinggi kualitas pelayanan, semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Pelayanan yang ramah dan responsif terhadap saran maupun kritik konsumen sangat penting untuk dipertahankan dan ditingkatkan. *Kedua*, lakukan pelatihan rutin bagi karyawan untuk memastikan mereka selalu memberikan pelayanan terbaik dan mampu memenuhi harapan konsumen. *Ketiga*, monitoring dan evaluasi berkala terhadap pelayanan yang diberikan dapat membantu dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

1. Pada Penelitian ini yang menjadi sampel hanya lah pengunjung dan tidak menunakan staf pegawai yang di teliti sehingga mempengaruhi tingkat akurasi penelitian yang di peroleh.
2. Proses penyebaran kusioner tidak menggunakan proses monitoring yang ketat sehinga mempengaruhi hasil pengujian ketepatan dan kehandalan item pertanyaan yang dihasilkan.
3. Masih terdapat sejumlah variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti: inovasi produk, kinerja pegawai,

kepemimpinan teranformasional dan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

4. Penelitian ini hanya menggunakan 75 orang responden

#### **5.4 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian kepuasan konsumen pada wisata edukasi keju lasi, ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan.

##### 1. Bagi Perusahaan

- a) Peningkatan kualitas produk tetap penting meskipun tidak berpengaruh signifikan. Perbaikan sarana hiburan utama dan penambahan ciri khas objek wisata dapat meningkatkan daya tarik dan kenyamanan pengunjung.
- b) Fokus pada aspek lain seperti layanan pelanggan, fasilitas pendukung, dan keramahan staf, karena hal ini juga berperan penting dalam kepuasan konsumen.
- c) Penggunaan feedback konsumen melalui survei rutin dapat membantu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen secara lebih mendalam.
- d) Perkuat promosi dan edukasi mengenai keunikan dan manfaat wisata edukasi keju untuk memberikan pemahaman lebih kepada konsumen. Kelima, kolaborasi dengan pihak lain dan inovasi dalam program wisata edukasi dapat menjadi daya tarik tersendiri.

##### 2. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta :

- a. Disarankan bagi peneliti yang akan datang dapat menggunakan model pengujian dan variabel variabel baru yang mempengaruhi kepuasan

konsumen.

- b. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk meningkatkan model penelitian menggunakan model terbaru.
- c. Disarankan bagi peneliti selanjutnya lebih mengembangkan ke variabel moderasi, dan meningkatkan jumlah sampel penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., & Aiman, U. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *PT Rajagrafindo Persada* (Vol. 3, Issue 2).
- Aprillia, A., & Fatihah, D. C. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Pada Masa Pandemi Covid 19 di Kota Bandung*. 9(1), 242–257.
- Asman Nasir. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis (kodri.ed)*. Cv. Adanu Abimata.
- Fatihah, D. C. (2021). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe ko.we.cok di solo*. 6(1), 1–14.
- Fikri, M. El, & Ritonga, H. M. (2017). Dampak Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Wisatawan Ke Bumi Perkemahan Sibolangit. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2), 58–67.
- Hulu, E., Mendrofa, Y., & Kakisina, S. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indomarco Adi Prima Cabang Medan Stok Point Nias Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 6(4), 106–115.
- Hunt, C. A., & Harbor, L. C. (2019). *Pro – Environmental Tourism : Lessons From Adventure, Wellness and Eco Tourism (AWE) in Costa Rica*. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*. 8.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2213078018300768?via%3Dihub>
- Izzuddin, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen*. 6(1), 72–78.
- Kotler dan Amstrong. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran Edisi 13* (Bahasa Ind). Rajawali.
- Kotler, P., & Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Pemasaran edisi 12*. Erlangga.
- Laksana, F. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Miguna, A., & Nurhafifah, M. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV Budi Utama.
- Muslimah, I., Sikki Manggabarani, A., Gunaedi Argo, J., Korespondensi, P., Kunci, K., Layanan, K., Konsumen, K., & Konsumen, L. (2021). Analisis Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Dan Loyalitas Konsumen Online Shop Nwe Label. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 822–838.
- Noor, J. (2011). *Metode Penelitian*. Kencana Prenada Media Group.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Sukarno Pressindo.
- Prawirosentono, S. (2002). *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management Abad 21*. Bumi Aksara.
- Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS*. Gava Media.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Mahasiswa dan Umum*. Andi.

- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). The Influence of Service Quality on Consumer Satisfaction. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia (Local Journal)*, 9(2), 114–126.
- Sigit P, R. D., & Oktafani, F. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Lapangan Futsal. <https://202.134.6.251/Index.Php/Management/Article/View/3161>., 1(September), 1–13.
- Srinulingga, N. A. (2023). *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*. IOCS Publisher.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sulistiana, N., Kusnadi, I. H., & Nawawi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sari Ater Hotel & Resort Subang. *The World of Business Administration Journal*, 1(2), 179–199. <https://doi.org/10.37950/wbaj.vi.753>
- Sunyoto. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Langit Membiru Wisata Bogor. *Jurnal Parameter Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tribuana 2021*, 6.
- Susanti, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Betri Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo. In *IAIN Ponorogo* (Vol. 53, Issue 9). file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf
- Tjiptono, F. (2010). *Srategi Pemasaran Edisi Ketujuh*. Andi.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jaya*. Bayumedia.
- Tjiptono, F. (2020). *Startegi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Andi.
- Wicaksono. (2017). *Perkembangan kegiatan ekonomi memberikan pengaruh terhadap pemasaran. I (2)*.