BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan identifikasi masalah yang ingin dikaji, tujuan penelitian yang ingin dicapai, hipotesis yang ingin diteliti, serta hasil-hasil pengolahan data dan analisisnya, maka peneliti memperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam penerapannya, penggunaan *Website cottage* Daarul Jannah memang diperlukan terutama untuk mempermudah para konsumen dalam memperoleh informasi mengenai penginapan dan layanan wisata religi bagi para konsumen yang ada di wilayah Bandung maupun di luar wilayah kota Bandung. Hal tersebut terlihat pada rekapitulasi dari jawaban responden akan kuesioner yang disebarkan pada umumnya responden dominan memberikan jawaban puas dan sangat puas pada layanan dan informasi yang di sajikan dalam *Website* Cottage Daarul Jannah.
2. Tanggapan responden terhadap kualitas *Website Cottage* Daarul Jannah dikategorikan BAIK berdasarkan hasil dari perhitungan skor aktual yaitu sebesar 82,25% *usability, information quality, service interaction*.
3. Tanggapan responden terhadap kepuasan responden setelah adanya *Website Cottage* Daarul Jannah adalah sebesar 81,14%, hal itu berarti tanggapan menurut responden atas kepuasan konsumen setelah adanya *Website Cottage* Daarul Jannah adalah BAIK.

4. Website pada cottage Daarul Jannah berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dengan hasil pengujian dasar pengambilan keputusan berdasarkan angka probabilitas (nilai sig.) sebesar 0,000 dengan tingkat signifikan 1% yang berarti < 0,01; maka H0 ditolak dan H1 diterima maka nilai probabilitas (sig.) pada 0,000 berarti terdapat peranan antara kedua variabel tersebut.
5. Dari perhitungan kuesioner ada pernyataan yang tidak valid yaitu pertanyaan no 8 pada variabel Kualitas *Website* (variabel X) dengan pernyataan informasi yang disajikan pada *website up to date*, kebanyakan responden menjawab puas dan cukup. Berdasarkan analisis hasil tanggapan responden yaitu sebesar 84,2% mengenai kriteria persentase skor tanggapan terhadap skor ideal, termasuk dalam kategori Sangat Baik, namun berdasarkan hasil uji validitas pernyataan pada item no.8 tidak valid. Sehingga dapat disimpulkan sebagian responden yang menjawab puas, yaitu responden yang merasa puas dan cukup dengan informasi yang *update* dalam *website* karena hal tersebut disesuaikan dengan kebutuhan informasi dari masing-masing responden yang berbeda-beda.
6. Pernyataan yang tidak valid pada variabel Kepuasan konsumen (variabel Y) terdapat pada pernyataan no 7 dan 9. Dalam pernyataan no 7 yaitu *front office* menggunakan layanan *chat* sebagai media komunikasi dengan konsumen, kebanyakan responden menjawab puas dan cukup. Berdasarkan analisis hasil tanggapan responden yaitu sebesar 72,1% mengenai kriteria persentase skor tanggapan terhadap skor ideal, termasuk

dalam kategori Baik, namun berdasarkan hasil uji validitas pernyataan pada item no.7 tidak valid. Sehingga dapat disimpulkan sebagian responden yang menjawab puas dan cukup, yaitu responden yang merasa puas dan cukup dengan komunikasi yang dilakukan melalui layanan *chat* dengan *front office* karena dalam waktu tertentu pihak *cottage* dalam hal ini *front office* sedang dalam status *online* sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi dengan konsumen secara langsung melalui layanan *chat* tersebut.

7. Sedangkan dalam pernyataan no 9 pada variabel kepuasan konsumen (variabel Y) yaitu anda nyaman dengan pelayanan yang diberikan secara *online*, kebanyakan responden menjawab cukup. Berdasarkan analisis hasil tanggapan responden yaitu sebesar 69,3% mengenai kriteria persentase skor tanggapan terhadap skor ideal, termasuk dalam kategori Baik, namun berdasarkan hasil uji validitas pernyataan pada item no.9 tidak valid. Sehingga dapat disimpulkan sebagian responden yang menjawab cukup, yaitu responden yang merasa cukup dengan pelayanan yang diberikan secara *online* karena disesuaikan dengan kebutuhan responden akan informasi yang dapat diakses secara *online*.

5.2 Saran

Adapun saran yang diberikan berdasarkan kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut :

5.2.1. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Untuk selanjutnya proses analisis dapat mencakup semua dimensi yang mempengaruhi kualitas *website cottage* Daarul Jannah, sehingga proses analisis yang dilakukan tidak hanya sebatas bersifat pemasaran *cottage* Daarul Jannah.
2. Penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya yang ingin mengambil dibidang yang sama agar membuat usulan juga dalam bentuk program yang disarankan agar proses pemasaran dapat berfungsi secara optimal.
3. Untuk penelitian berikutnya, diharapkan dapat menambahkan indikator-indikator dari kedua variabel yang akan diteliti.

5.2.2. Saran untuk Perusahaan

1. Dalam masalah kualitas *website* diharapkan *website* dapat menambahkan fungsinya, seperti cek ketersediaan kamar dan pengelolaan pembayaran secara *online* agar konsumen dapat dengan mudah melakukan reservasi secara *online* dan setiap pelayanan yang diberikan oleh *website cottage* Daarul Jannah dapat berfungsi lebih optimal.