

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian tentang "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Kapal Penumpang PT. Mentawai Anugerah Sejahtera Tahun 2024", maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan jasa kapal penumpang PT. Mentawai Anugerah Sejahtera Tahun 2024, maka hasil yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, konsumen cenderung merasa puas ketika tarif yang ditetapkan dianggap sebanding dengan layanan dan fasilitas yang diterima. Ketika harga dinilai wajar dan selaras dengan mutu pelayanan, hal ini akan memperkuat persepsi kepuasan pelanggan terhadap layanan yang digunakan.
2. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Faktor ini bukanlah prioritas utama dalam pertimbangan konsumen, khususnya penumpang, dalam memilih layanan. Di PT. Mentawai Anugerah Sejahtera, mutu pelayanan dinilai kurang optimal, cenderung lambat, dan memunculkan rasa kecewa di kalangan penumpang. Akibatnya, aspek kualitas pelayanan tidak cukup kuat untuk mendorong responden dalam mengambil keputusan menggunakan jasa transportasi yang ditawarkan perusahaan.
3. Promosi penjualan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Promo yang menarik, seperti potongan harga, voucher, diskon tertentu dan di waktu yang tepat mampu menarik perhatian pelanggan dan menimbulkan perasaan puas karena pelanggan merasa memperoleh keuntungan lebih dalam menggunakan jasa tersebut.

5.2. Saran

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk Perusahaan:

- Perlu terus mempertahankan dan menyesuaikan struktur harga yang kompetitif serta transparan agar tetap sejalan dengan ekspektasi dan daya beli konsumen.
- Adakan pelatihan rutin untuk staf frontliner tentang komunikasi, empati, dan penyelesaian masalah.
- Menyusun strategi promosi yang lebih merata dan transparan agar tidak hanya menarik konsumen baru, tetapi juga mempertahankan pelanggan lama. Penyesuaian algoritma pemberian promo juga perlu ditinjau agar lebih adil bagi semua pelanggan.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya:

Disarankan untuk memperluas wilayah dan menambahkan jumlah responden agar hasil penelitian dapat dimaksimalkan dengan lebih baik.

3. Untuk Konsumen:

- Memberikan ulasan jujur terkait pengalaman layanan (baik positif maupun kritik membangun).
- Sebaiknya konsumen juga lebih cermat dalam memanfaatkan promosi agar memperoleh pengalaman menggunakan jasa yang optimal dan memuaskan.