

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa kualitas *sales executive* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen KAHA *Tours and Travel* Surabaya. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kualitas *sales executive*, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen KAHA *Tours and Travel* Surabaya.
2. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa kualitas MyKAHA *aplication* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen KAHA *Tours and Travel* Surabaya. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kualitas MyKAHA *aplication*, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen KAHA *Tours and Travel* Surabaya.
3. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa secara simultan kualitas *sales executive* dan MyKAHA *aplication* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen KAHA *Tours and Travel* Surabaya. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kualitas *sales executive* dan MyKAHA *aplication*, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen KAHA *Tours and Travel* Surabaya.

4. Karakteristik konsumen KAHA *Tours and Travel* Surabaya paling banyak terdiri dari perempuan, berusia 20-40 tahun, latar belakang pendidikan SMA, pegawai swasta, dan berpenghasilan sekitar 2-5 juta rupiah. Penelitian ini menunjukkan pada uji t variabel kualitas MyKAHA *aplication* memiliki nilai t hitung lebih besar dari variabel kualitas *sales executive*. Hal tersebut dapat terjadi karena konsumen KAHA *Tours and Travel* Surabaya paling banyak terdiri dari generasi *millenial*, di mana generasi ini cakap teknologi sehingga mengakses internet merupakan kegiatan sehari-hari dan generasi ini lebih suka dilayani dalam semua hal termasuk transaksi jual-beli.

B. Saran

Saran yang bisa diberikan antara lain untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah :

1. Bagi perusahaan KAHA *Tours and Travel* Surabaya diharapkan dapat memperhatikan kualitas *sales executive* dan MyKAHA *aplication*, karena dua variabel ini berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Terutama MyKAHA *aplication* yang memiliki pengaruh positif signifikan paling besar terhadap kepuasan konsumen, sehingga pembaruan sistem aplikasi MyKAHA sangat perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen KAHA *Tours and Travel* Surabaya.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian di luar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, mengingat terdapat pengaruh sebesar 43% dari variabel lain. Misalnya harga, karena KAHA *Tours and Travel* merupakan *wholesaler voucher* hotel di Indonesia dan

tagline di dalam MyKAHA *aplication* yang menyebutkan harga KAHA *Tours and Travel* lebih murah (<https://www.mykaha.com>).