

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat diketahui kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi dengan kepuasan pelanggan pada Marcopolo Waterpark Adventure Serpong
2. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi harga dengan kepuasan pelanggan pada Marcopolo Waterpark Adventure Serpong.
3. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama antara lokasi dan persepsi harga dengan kepuasan pelanggan konsumen pada Marcopolo Waterpark Adventure Serpong

#### **5.2 Implikasi**

Hasil analisis menyatakan lokasi dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, oleh karena itu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan perusahaan harus mampu meningkatkan respons positif terhadap  $X_1$  (lokasi)

dan  $X_2$  (persepsi harga), dan beberapa aspek yang perlu ditingkatkan adalah sebagai berikut:

1. Variabel Lokasi

a. Dimensi akses

Marcopolo Waterpark Serpong harus lebih memikirkan lagi akses bagi pengunjung yang tidak mempunyai kendaraan pribadi atau berkendara motor. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan shuttle bus khusus yang dapat langsung membawa pengunjung ke Marcopolo Waterpark Serpong

b. Dimensi visibilitas

Marcopolo Waterpark Serpong harus menambah informasi keberadaan lokasi dan arah jalan, hal ini dapat dilakukan dengan menambah papan penunjuk arah lokasi Marcopolo Waterpark Serpong. Bekerja sama dengan aplikasi media sehingga memudahkan melacak lokasi Marcopolo Waterpark Serpong. contoh: aplikasi foursquare atau google map.

c. Dimensi lalu lintas

Marcopolo Waterpark Serpong harus lebih mempertimbangkan solusi dari kepadatan arus lalu lintas bagi pengunjung. Selain menyediakan Shuttle bus khusus, Marcopolo Waterpark Sepong dapat memberikan informasi lebih kepada pengunjung mengenai alternative jalan lain yang bebas kemacetan.

d. Dimensi tempat parkir

Marcopolo harus meningkatkan kenyamanan dan kemudahan berparkir bagi pengunjung. Hal ini dapat dilakukan dengan memastikan area parkir mencukupi kebutuhan pengunjung dan juga aman.

e. Dimensi lingkungan

Marcopolo Waterpark Serpong harus memperhatikan kondisi jalan bagi pengunjung, selain Shuttle bus khusus dan alternative jalan lain, Marcopolo Waterpak Serpong dapat berinisiatif bekerjasama dengan pemerintah daerah untuk memperbaiki kondisi jalan yang rusak sehingga mempermudah akses bagi pengunjung

f. Dimensi persaingan

Marcopolo Waterpark Serpong harus mengetahui kelebihan dan kurang yang dimiliki pesaing. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan riset terhadap kelebihan dan kekurangan kompetitor sehingga Marcopolo Waterpark Serpong dapat menawarkan sesuatu yang unik dan berbeda kepada pengunjung.

2. Variabel persepsi harga

a. Harga yang terjangkau

Marcopolo Waterpark Serpong harus memastikan bahwa harga yang dibandrol terjangkau oleh pengunjung, hal ini dapat dilakukan dengan melakukan riset terhadap konsumen, untuk mngetahui daya beli pengunjung

b. Perbandingan dengan kompetitor

Marcopolo Waterpark Serpong harus menawarkan harga yang kompetitif, hal ini harus diterapkan agar pengunjung tidak hanya puas tapi juga menjadi loyal dan tidak beralih ke kompetitor

c. Kesesuaian harga dengan produk yang didapat

Marcopolo Waterpark Serpong harus memperbaiki kebersihan, kenyamanan, selain itu pengembangan wahana rekreasi yang ditawarkan harus dilakukan sehingga pengunjung dapat merasakan manfaat yang diterima sebanding dengan harga yang dibayar pengunjung

3. Variabel Kepuasan Pelanggan

a. Atribut yang berhubungan dengan produk (*attributes related to the product*)

Marcopolo Waterpark Serpong harus lebih mengembangkan wahana dan jenis rekreasi permainan air lainnya, seperti penambahan fitur-fitur permainan air yang unik dan tidak dimiliki oleh kompetitor contoh: penambahan kolam ombak, penambahan kolam khusus air hangat dll.

b. Atribut yang berhubungan dengan layanan (*attributes related to services*)

Marcopolo Waterpark Serpong harus memperbaiki tingkat kesopanan pelayan dan kesiapan karyawan dalam menangani keluhan pengunjung, hal ini dapat dilakukan dengan menyiapkan

*safetyguard* yang terlatih pada setiap kolam sehingga penanganan yang tepat dan cepat dapat dilakukan bila terjadi sesuatu yang tidak diinginkan contoh: bahaya tenggelam

- c. Atribut yang berhubungan dengan pembelian (*attributes related to purchase*)

Marcopolo Waterpark Serpong harus lebih me pengetahuan karyawan tentang fasilitas yang ada, hal ini dapat dilakukan dengan memberikan training kepada karyawan dengan tepat sehingga informasi dan penjelasan dapat diberikan dengan mudah kepada pengunjung.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan, maka dapat diberikan beberapa saran, baik untuk pihak perusahaan, dan juga untuk penelitian selanjutnya.

Saran bagi perusahaan:

1. Marcopolo Water Adventure Serpong dapat lebih memikirkan pengunjung yang tidak memiliki kendaraan pribadi seperti penyediaan shuttle bus khusus yang membawa langsung pengunjung ke Marcopolo Water Adventure Serpong, selain itu marcopolo juga dapat bekerja sama dengan pemerintah daerah untuk memperbaiki jalan menuju Marcopolo Waterpark Serpong.

2. Marcopolo Waterpark Adventure Serpong harus dapat mencerminkan bahwa harga menggambarkan kualitas produk tersebut. Selain itu, Marcopolo Waterpark Serpong dapat lebih menawarkan harga tiket masuk yang terjangkau. terutama bagi pelajar dan mahasiswa.
3. Marcopolo Waterpark Adventure Serpong harus terus berinovasi dan mengembangkan wahana permainan yang ada agar pelanggan merasa puas dan loyal, harga yang terjangkau dan kemudahan lokasi juga merupakan hal penting bagi pengunjung, sehingga diharapkan Marcopolo Waterpark Adventure Serpong dapat memikirkan cara agar hal tersebut didapat oleh pengunjung.

Saran bagi penelitian selanjutnya:

1. Sebaiknya peneliti menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tidak hanya dilihat dari satu atau dua variabel seperti lokasi dan persepsi harga saja, tetapi variabel atau faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi hal tersebut seperti contohnya: kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi, baik promosi iklan ataupun promosi penjualan, citra merek dan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan
2. Sebaiknya menambah area penelitian, agar data yang diperoleh lebih beragam sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat lebih baik lagi.