

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab – bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengunjung. Berdasarkan hasil tabel uji t diperoleh  $t_{hitung}$  dari kualitas pelayanan sebesar 6,938 dan  $t_{tabel}$  dapat dicapai pada tabel statistik pada signifikan 0,05 dengan  $df = n-k-1$  atau  $100-2-1 = 97$ , maka didapat  $t_{tabel}$  sebesar 1,954. Diketahui bahwa  $t_{hitung}$  dari kualitas pelayanan  $6,938 > t_{tabel} = 1,954$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien adalah signifikan. Artinya dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengunjung.
2. Tidak terdapat hubungan antara nilai pelanggan dengan kepuasan pengunjung. Berdasarkan hasil tabel uji t diperoleh  $t_{hitung}$  dari nilai pelanggan  $1,575 < t_{tabel} = 1,954$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien adalah tidak signifikan. Artinya dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara nilai pelanggan dengan kepuasan pengunjung.

#### B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan adalah salah

satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan dengan kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil rata – rata hitung skor masing – masing indikator dari variabel kepuasan pengunjung terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator minat berkunjung kembali sebesar 33,81% dan indikator yang memiliki skor terendah adalah kesediaan merekomendasikan sebesar 32,51%..

Dari hasil pengolahan data, Musuem Bank Mandiri seharusnya menaruh perhatian lebih besar pada indikator yang rendah agar dilakukan perbaikan – perbaikan untuk ke depannya, seperti indikator terendah variabel kepuasan pengunjung, yaitu indikator kesediaan merekomendasikan, variabel kualitas pelayanan dimensi terendahnya adalah indicator perhatian dan untuk nilai pelanggan indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator indikator nilai emosional. Selain itu, Musuem Bank Mandiri harus tetap mempertahankan indikator yang mempunyai skor tertinggi, sehingga kepuasan pengunjung dapat terjadi dari perusahaan pesaing ke Musuem Bank Mandiri.

### **C. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan kepuasan pengunjung Musuem Bank Mandiri, antara lain:

1. Indikator terendah pada variabel kualitas pelayanan adalah perhatian atau (*emphathy*) yaitu sebesar 19,6%. Oleh sebab itu Museum Bank Mandiri

sebaiknya harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan dalam memberikan rasa perhatian yang lebih kepada pengunjung seperti memberi kemudahan akses komunikasi, membantu memecahkan masalah dan keinginan pengunjung, respon yang tepat waktu kepada pengunjung sehingga pengunjung dapat merasa lebih diperhatikan oleh pihak Musuem. Hal ini mampu meningkatkan kepuasan pengunjung di Musuem Bank Mandiri.

2. Indikator terendah pada variabel nilai pelanggan adalah nilai emosional yaitu sebesar 23,84%. Oleh sebab itu, Museum Bank Mandiri sebaiknya menyuguhkan sesuatu yang lebih emosional kepada pengunjung, misalnya mengadakan pameran bernilai sosial yang bertujuan penggalangan dana dan sebagainya.