

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian pada judul “Pengaruh Citra Merek & Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Jamaah Umrah pada Al Ma’wa NU Tour & Travel Cilacap”, dapat disimpulkan bahwa citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jamaah Umrah sebagai berikut :

1. Citra merek memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan jamaah umrah pada PT. Nahdlatuna Zaduna Taqwa.

Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi para responden termasuk dalam kategori baik terhadap citra merek. Situasi ini mencerminkan penilaian responden yang pernah memanfaatkan jasa biro perjalanan terkait reputasi, kepercayaan, serta citra positif perusahaan.

Jumlah responden yang sudah real yaitu 43 orang yang telah mengisi kuesioner penelitian dari sampel slovin yang telah ditetapkan sebanyak 43 orang (berdasarkan jumlah perhitungan dengan menggunakan rumus Sampel Slovin dari jumlah Populasi yang telah ditetapkan yaitu sebanyak 73 jamaah umrah), ini menunjukkan bahwa citra merek masih menjadi salah satu faktor penentu loyalitas pelanggan jamaah Umrah.

2. Kualitas pelayanan secara signifikan memengaruhi loyalitas pelanggan jamaah umrah pada PT. Nahdlatuna Zaduna Taqwa.

Kualitas pelayanan dari Kantor NU Cilacap dinilai sudah cukup baik oleh sejumlah alumni yang pernah memakai jasanya, terutama pada aspek keramahan, ketanggapan, serta keandalan layanan. Kondisi ini sangat memberikan dampak positif terhadap keinginan pelanggan terhadap menggunakan jasa PT. Nahdlatuna Zaduna Taqwa masa mendatang kepada alumni jamaah umrah yang telah menggunakan jasa biro dari PT. Nahdlatuna Zaduna Taqwa, serta untuk merekomendasikan kepada yang lainnya untuk berlangganan ke PT. Nahdlatuna Zaduna Taqwa Cilacap.

3. Citra merek dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan jamaah umrah pada PT. Nahdlatuna Zaduna Taqwa.

Citra merek dan kualitas pelayanan secara bersamaan berhubungan positif dan signifikan dengan loyalitas pelanggan jamaah Umrah. Pelanggan yang memiliki persepsi positif terhadap citra merek serta merasakan pelayanannya yang baik cenderung menunjukkan sikap loyal, seperti niat untuk kembali menggunakan jasa PT. Nahdlatuna Zaduna Taqwa Cilacap di masa depan, serta merekomendasikannya kepada calon jamaah umrah lain agar berlangganan dengan perusahaan tersebut.

Berlandaskan hasil Uji t dan Uji F pada pengaruh variabel Citra merek (X1) dan kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas pelanggan jamaah umrah, sebagai berikut:

1. Berlandaskan hasil Uji parsial dari pengaruh variabel Citra merek (X1) yaitu sebesar $0,169 > t \text{ tabel } 2,045$ atau X1 diperoleh probabilitas nilai Sig sebesar $0,867$ Nilai Sig $< 0,05$ ($0,867 < 0,05$), maka H1 ditolak, artinya Citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.
2. Berdasarkan hasil Uji t dari pengaruh variabel Kualitas pelayanan (X2) yaitu sebesar $2,498 > r \text{ tabel } 2,045$ atau X2 diperoleh probabilitas nilai Sig sebesar $0,017 > \text{Nilai Sig } 0,05$ ($0,017 > 0,05$), maka dari itu keputusannya adalah H2 diterima, artinya Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian skripsi tentang pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan jamaah Umrah di Biro Perjalanan Ibadah dan Wisata Religi dengan memperhatikan khususnya skripsi terkait terutama dari segi jumlah responden yang dapat peneliti menyampaikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Saran bagi Pihak PT. Nahdlatuna Zaduna Taqwa Cilacap
 - a. Pihak PT. Nahdlatuna Zaduna Taqwa Cilacap diharapkan dapat terus menjaga dalam peningkatan **citra merek** melalui konsistensi pelayanan, serta komunikasi yang baik kepada jamaah umrah, sehingga terbentuk loyalitas pelanggan yang percaya, amanah, dan dapat terus terjaga.

- b. Peningkatan **kualitas pelayanan**, khususnya dalam hal ketepatan informasi, kecepatan pelayanan, dan sikap ramah pegawai, perlu menjadi perhatian utama karena aspek tersebut berpotensi memengaruhi loyalitas pelanggan jamaah umrah pada PT. Nahdlatuna Zaduna Taqwa Cilacap.
 - c. Pihak biro juga disarankan untuk membangun **database pelanggan atau alumni jamaah umrah** yang lebih terstruktur agar memudahkan evaluasi kepuasan dan loyalitas pelanggan pada PT. Nahdlatuna Zaduna Taqwa Cilacap pada masa mendatang.
2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Penelitian berikutnya dianjurkan menggunakan jumlah responden yang lebih besar dan sesuai dengan rumus perhitungan sampel, seperti formula Slovin atau sampel jenuh yang telah ditentukan, sehingga hasil penelitian dapat memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi.
 - b. Peneliti selanjutnya disarankan untuk tetap melakukan penelitian pada waktu yang lebih kondusif serta menggunakan pengumpulan data yang lebih variatif, seperti wawancara atau observasi kepada salah satu pegawai PT. Nahdlatuna Zaduna Taqwa Cilacap.
 - c. Selain dari variabel (X1) citra merek, dan (X2) kualitas pelayanan, juga menambahkan variabel (Y) loyalitas pelanggan terhadap alumni jamaah PT. Nahdlatuna Zaduna Taqwa Cilacap.

3. Saran bagi Institusi Akademik

Penelitian skripsi ini diharapkan dapat dijadikan bahan rujukan dan pertimbangan bagi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap dalam memahami kendala penelitian skripsi di objek lapangan, khususnya pada penelitian jasa keagamaan, sehingga dapat mengevaluasi dalam pemberian kebijakan dan pendampingan penelitian mahasiswa di masa yang mendatang.

C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti dalam skripsi ini mengakui adanya beberapa keterbatasan, diantaranya:

1. Sampel penelitian yang terbatas, yakni hanya melibatkan alumni jamaah Umrah dalam satu biro perjalanan ibadah umrah, dan haji serta wisata religi sehingga temuan hasilnya sulit digeneralisasikan ke instansi lain di wilayah berbeda.
2. Variabel penelitian yang terbatas, karena tidak mencakup beberapa faktor potensial pengaruh loyalitas pelanggan, seperti lingkungan kerja dan pribadi alumni jamaah Umrah dalam satu biro perjalanan ibadah umrah, dan haji serta wisata religi.
3. Jumlah responden sudah dapat memenuhi dari target sampel slovin.
4. Analisis lebih menekankan pada pendekatan deskriptif dan teoritis.

Keterbatasan penelitian dalam skripsi ini dapat dijadikan masukan evaluasi bagi study lanjutan.

