

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. secara parsial variabel kualitas pelayanan, *customer experience* dan komunikasi interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jamaah PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah.
2. Secara simultan kualitas pelayanan (X1), *customer experience* (X2), komunikasi interpersonal (X3) berpengaruh terhadap kepuasan jamaah.
3. Elastisitas hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dilihat sebagai berikut:
 - a. Elastisitas hubungan variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa kenaikan 1% dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan jamaah sebesar 0,153.
 - b. Elastisitas hubungan variabel *customer experience* menunjukkan bahwa kenaikan 1% dalam *customer experience* akan meningkatkan kepuasan jamaah sebesar 0,475.
 - c. Elastisitas hubungan variabel komunikasi interpersonal menunjukkan bahwa kenaikan 1% dalam komunikasi interpersonal akan meningkatkan kepuasan jamaah sebesar 0,377.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dari penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan, *customer experience* dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan jamaah Haji di PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah

Disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada jamaah. Mengingat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah, perusahaan dapat memperbaiki standar pelayanan melalui pelatihan staf yang lebih baik, peningkatan keterampilan komunikasi, serta memastikan kenyamanan dan ketepatan waktu dalam setiap tahapan perjalanan haji. Selain itu, pengembangan *customer experience* juga penting untuk ditingkatkan karena pengalaman jamaah sangat memengaruhi kepuasan mereka. Perusahaan perlu memastikan bahwa jamaah mendapatkan pengalaman yang nyaman dan berkesan selama proses haji, dari tahap awal hingga pasca-haji. Penyediaan fasilitas yang lebih baik dan peningkatan interaksi dengan jamaah dapat membantu meningkatkan *customer experience* secara signifikan. Komunikasi interpersonal yang efektif antara perusahaan dan jamaah juga penting untuk dipertahankan dan ditingkatkan, mengingat hal ini juga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan jamaah.

2. Bagi Universitas Potensi Utama

penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga terkait pentingnya kualitas pelayanan, *customer experience*, dan komunikasi interpersonal dalam konteks bisnis syariah, seperti layanan haji dan umrah. Penelitian ini bisa

menjadi referensi bagi pengembangan kurikulum yang lebih menekankan aspek-aspek syariah dalam pelayanan pelanggan. Universitas dapat mengarahkan mahasiswa untuk lebih memahami penerapan prinsip-prinsip syariah dalam menjaga kepuasan jamaah, termasuk bagaimana meningkatkan pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, memberikan pengalaman yang baik selama proses haji atau umrah, serta membangun komunikasi yang efektif dan sesuai dengan etika syariah

3. Bagi peneliti selanjutnya,

disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang mungkin juga berpengaruh terhadap kepuasan jamaah, seperti kepercayaan, harga, dan promosi. Variabel-variabel ini belum diteliti dalam penelitian ini, namun memiliki potensi untuk memberikan wawasan tambahan terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan jamaah. Penelitian di masa mendatang juga dapat memperluas cakupan wilayah atau mengambil sampel yang lebih besar untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat mengkaji pengaruh jangka panjang dari kualitas pelayanan dan customer experience terhadap loyalitas jamaah.