

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian ini, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Gambaran *Tour Leader Service Quality* pada PT Maziya Rizki Alami mendapatkan hasil yang termasuk dalam kategori baik. Dari rekapitulasi data yang diperoleh, skor tertinggi terletak pada *Communication Effectiveness* sedangkan indikator yang mendapatkan skor terendah terletak pada *Core Service Delivery*.
2. Gambaran *Repurchase Intention* pada PT. Maziya Rizki Alami menunjukkan hasil skor tertinggi terletak pada minat referensial. Sedangkan skor terendah terletak pada indikator minat preferensial.
3. Dari penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan sedang antara *Tour Leader Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* di PT. Maziya Rizki Alami dengan tingkat korelasi kuat atau tinggi.

5.2 Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran untuk diaplikasikan yang dibagi menjadi beberapa poin sebagai berikut:

1. *Core Service Delivery* pada variable *Tour Leader Service Quality* adalah indikator yang mendapatkan skor terendah. Oleh karena itu, PT. Maziya Rizki Alami diharapkan dapat lebih selektif kepada calon *Tour Leader* agar inti dari kesembilan aspek dalam *CSD* dapat terjaga dengan baik.
2. Pada variabel *Repurchase Intention*, indikator yang mendapatkan skor terendah adalah minat preferensial. Oleh karena itu, PT. Maziya Rizki Alami diharapkan dapat menjadi preferensi utama untuk jamaah dengan cara memberikan *Tour Leader* yang lebih berkesan dan kompetan serta mengadakan kegiatan pasca kepulangan umrah, sehingga konsumen/jamaah tetap memilih PT. Maziya Rizki Alami sebagai pilihan utama saat akan melaksanakan perjalanan umrah kembali.
3. Penelitian ini bukan merupakan penelitian akhir mengenai pengaruh *Tour Leader Service Quality* terhadap *Repurchase Intention*, sehingga diharapkan akan ada penelitian-penelitian selanjutnya dengan variable yang berbeda seperti Pengaruh *Tour Leader Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Ulang, Citra Perusahaan, Kepuasan Pelanggan.