

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis dan hasil penelitian mengenai Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Minat Pembelian Ulang Paket Umrah di PT Pesona Mozaik Kota Cirebon maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada variabel *customer experience*, responden memberikan tanggapan sangat baik. Hal tersebut berdasarkan analisis pada variabel *customer experience* yang memiliki tiga indikator yang diukur dalam penelitian ini yaitu *sensory experience*, *emotional experience* dan *social experience*. Dari hasil penelitian ini, indikator *sensory experience* memiliki kinerja sedang, *social experience* memiliki kinerja rendah dan *emotional experience* memiliki kinerja yang sangat tinggi dalam perjalanan ibadah umrah. Berdasarkan hasil wawancara, mereka mengatakan bahwa PT Pesona Mozaik memiliki perasaan yang berbeda terhadap intensitas, mulai dari perasaan positif ringan atau keadaan *mood* negatif terhadap emosi yang tinggi. PT Pesona Mozaik menciptakan perjalanan umrah yang menyenangkan, nyaman dan aman, karena dapat melaksanakan ibadah umrah dengan fasilitas dan akomodasi serta layanan yang baik.
2. Pada variabel minat pembelian ulang, responden memberikan tanggapan tinggi, artinya pelanggan berminat untuk membeli ulang paket umrah. Hal tersebut berdasarkan analisis pada variabel minat pembelian ulang yang memiliki tiga indikator yaitu *resistance against better alternative*, *willingness to pay premium price* dan *intention of word of mouth*. Dari hasil penelitian ini, indikator *intention of word of mouth* memiliki kinerja sedang, *willingness to pay premium price* memiliki kinerja rendah dan *resistance against better alternative* menjadi pilihan mayoritas responden. Responden memiliki

kepercayaan untuk tidak beralih ke pelayanan jasa umrah PT Pesona Mozaik setelah menggunakan jasa travel umrah PT Pesona Mozaik. Berdasarkan hasil wawancara, mereka mengatakan karena PT Pesona Mozaik sudah sangat memberikan kelengkapan fasilitas yang diberikan kepada jamaah sangat baik, sehingga menimbulkan kepercayaan untuk menjadi pelanggan diperjalanan ibadah umrah selanjutnya dan yang ditawarkan diawal telah sesuai dengan kenyataan dalam keberangkatannya.

3. Pengaruh *customer experience* terhadap minat pembelian ulang paket umrah di PT Pesona Mozaik Kota Cirebon, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian mengenai pengaruh *customer experience* terhadap minat pembelian ulang paket umrah di PT Pesona Mozaik Kota Cirebon, maka diajukan beberapa saran yang dapat menjadi solusi dari berbagai permasalahan sehingga menjadi bahan pertimbangan PT Pesona Mozaik Kota Cirebon maupun penelitian selanjutnya dalam mengambil kebijakan yang hendak diambil selanjutnya.

1. Untuk lebih menarik lebih banyak pelanggan PT Pesona Mozaik Kota Cirebon perlu menciptakan *experience*. Dikarenakan dalam penelitian ini diketahui bahwa pada variabel *customer experience* di PT Pesona Mozaik Kota Cirebon, *social experience* merupakan indikator dengan kinerja yang paling rendah diantara indikator lainnya. Menghubungkan suatu lingkungan social yang lebih luas secara seimbang dapat menunjukkan bahwa pelanggan menjadi terhubung dengan suatu lingkungan *social* yang lebih luas, sehingga akhirnya dapat memunculkan minat pembelian ulang paket umrah di PT Pesona Mozaik Kota Cirebon.
2. Untuk meningkatkan minat pembelian ulang paket umrah, PT Pesona Mozaik Kota Cirebon perlu mendorong pelanggan untuk dapat

menjadikan jasa travel umrah sebagai pilihan utama. Karena dalam penelitian ini, diketahui bahwa indikator *willingness to pay premium price* merupakan indikator dengan kinerja yang paling rendah. Untuk meningkatkan *willingness to pay premium price* pada pelanggan bisa dilakukan dengan cara meyakinkan pelanggan tentang paket umrah di PT Pesona Mozaik dan membandingkan dengan paket umrah di perusahaan travel umrah lain yang biayanya setara dengan paket umrah di PT Pesona Mozaik, sehingga dapat membuat pelanggan semakin yakin terhadap paket umrah di PT Pesona Mozaik Kota Cirebon dan menjadikannya pilihan utama.

3. Untuk penelitian yang selanjutnya, diharapkan dapat melakukan suatu penelitian mengenai faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Paket Umrah di PT Pesona Mozaik Kota Cirebon yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor-faktor lain contohnya adalah kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan. Hal tersebut dilakukan untuk memperoleh gambaran yang jelas dan komprehensif mengenai minat pembelian ulang paket umrah di PT Pesona Mozaik Kota Cirebon.