

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dengan pengujian statistik menggunakan metode uji F, tingkat signifikan yang diperoleh lebih kecil yakni sebesar 0,000 dari standar signifikan yakni 5% atau 0,05 dan perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} , dimana F_{hitung} sebesar 12,525 lebih besar dari F_{tabel} yakni 2,165, maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel *Shiddiq*(X1), *Amanah*(X2), *Fathanah*(X3), *Tabligh*(X4), *Tangibles* (X5), dan *Empaty*(X6) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan calon jemaah haji (Y).
2. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel *Shiddiq* menunjukkan nilai $t = 2,272$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,025 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa *Shiddiq* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Variabel *Amanah* menunjukkan nilai $t = 0,968$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,335 > 0,05$. Dengan nilai signifikansi di atas 0,05 tersebut menunjukkan bahwa *Amanah* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Variabel *Fathonah* menunjukkan nilai $t = 1,790$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,076 > 0,05$. Dengan nilai signifikansi di atas 0,05 tersebut menunjukkan bahwa *Fathonah* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Variabel *Tabligh* menunjukkan nilai $t = 2,373$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,019 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa *tabligh*

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Variabel *tangibles* menunjukkan nilai $t = 4,116$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah $0,05$ tersebut menunjukkan bahwa *tangibles* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan variabel *empaty* menunjukkan nilai $t = 3,641$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah $0,05$ tersebut menunjukkan bahwa *empaty* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Jadi dari variabel *shiddiq*, *amanah*, *fathonah*, *tabligh*, *tangibles*, dan *empaty*, terdapat dua variabel yang tidak signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji di kantor Kementerian Agama kota Malang bagian pembimbingan Haji dan Umroh.

3. Untuk variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap kualitas pelayanan diantara variabel *shiddiq*, *amanah*, *fathonah*, *tabligh*, *tangibles*, dan *empaty* adalah *Tangibles*(X5). Hal ini di tunjukan dengan nilai T_{hitung} sebesar $0,491$ dengan nilai signifikan $0,000 (<0,05)$.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap kualitas pelayanan yang dapat diberikan oleh Kementerian Agama kota Malang bagian penyelenggaraan haji dan umroh sebagai berikut :

1. Dalam kaitannya mengatur sistem manajemen Kementerian Agama kota Malang bagian penyelenggara haji dan umroh perlu memperhatikan secara seksama pentingnya kualitas layanan agar memberikan tanggapan positif dari

masyarakat dalam melayani kebutuhan umat muslim untuk beribadah sebagai syarat dari rukun islam yang terakhir. Dengan melakukan pembenahan pada aspek yang terintegrasi dengan praktik manajemen sehingga mampu menciptakan kualitas pelayanan yang maksimal untuk melayani calon jemaah haji.

2. Dari hasil penelitian menunjukkan variabel *tangibles* atau bukti fisik merupakan aspek paling dominan yang dinilai penting dalam kualitas pelayanan pada Kementerian Agama kota Malang bagian penyelenggaraan haji dan umroh. Misalkan dengan memberikan fasilitas yang nyaman untuk calon jemaah haji yang akan mendaftar agar tidak bosan menunggu proses pendaftaran dan pembuatan SPPH. Atau dengan mempercepat system pendaftaran yang ada dengan teknologi yang lebih modern agar lebih efisien waktu dalam segala hal.

3. Terdapat dua variabel yang tidak signifikan terhadap kualitas pelayanan dikantor Kementerian Agama kota Malang bagian penyelenggaraan haji dan umroh yaitu *amanah* dan *fathonah*. Kedua variabel ini memiliki masalah dari faktor eksternal. Variabel *Amanah* ini adalah menurunnya kepercayaan masyarakat untuk menggunakan layanan akibat dari pemotongan kuota keberangkatan calonjemaah haji dari tahun 2013 lalu hingga tahun 2016 mendatang sebesar 20 persen. Pemotongan kuota ini menyebabkan antrian keberangkatan hingga 10 tahun, hal ini menyebabkan kekecewaan dari masyarakat sehingga mereka memilih untuk menggunakan alternatif lain yaitu dengan melakukan umroh. Sedangkan variabel *fathonah* merupakan faktor dari calon jemaah haji yang mengalami kesulitan dan kebingungan saat berkomunikasi dengan pegawai terutama pada siswa PKL, maka solusi untuk *fathonah* ini dengan memberikan

pelatihan yang lebih matang agar siap untuk melayani calon jemaah haji, sehingga pelayanan yang diberikan tidak terhambat hanya untuk menunggu dari pegawai lain.

4. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menggunakan atau menambahkan variabel independen lainnya sehingga mampu mempengaruhi dan menghasilkan temuan yang lebih tajam terhadap kualitas pelayanan.

