

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui uji hipotesis diangkat dari permasalahan mengenai variabel *destination image*, *service quality*, *visitor experience*, *visitor satisfaction*, dan *revisit intention*. Analisis data pada penelitian ini melalui empat pengujian, yaitu uji validitas dengan menggunakan metode EFA (*Exploratory Factor Analysis*), uji reliabilitas, uji pengukuran dengan menggunakan metode CFA (*Confirmatory Factor Analysis*), dan uji hipotesis dengan menggunakan metode SEM (*Structural Equation Model*) menggunakan *software* AMOS.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Destination image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *visitor satisfaction* di Jakarta Aquarium Safari
2. *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *visitor satisfaction* di Jakarta Aquarium Safari
3. *Visitor experience* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *visitor satisfaction* di Jakarta Aquarium Safari
4. *Visitor experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention* di Jakarta Aquarium Safari
5. *Visitor satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention* di Jakarta Aquarium Safari.

## 5.2 Implikasi

### 5.2.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan penelitian mengenai variabel destination image, service quality, dan visitor experience terhadap visitor satisfaction dan revisit intention pada pengunjung Jakarta Aquarium Safari. Diharapkan pada penelitian berikutnya akan mengembangkan variabel lain yang mampu mengukur kepuasan pengunjung Jakarta Aquarium Safari. Penelitian pada objek wisata Jakarta Aquarium Safari masih terhitung sangat sedikit, sehingga banyak variabel yang bisa diteliti di objek wisata tersebut untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung Jakarta Aquarium Safari, misalnya seperti pengaruh E-WOM, Fasilitas, produk wisata, dan lain-lain.

### 5.2.2 Implikasi Praktis

Implikasi praktis dalam penelitian ini bagi perusahaan mencakup pengembangan strategi pemasaran dan manajemen yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dan niat kunjungan ulang ke Jakarta Aquarium Safari. Berdasarkan penelitian ini perusahaan dapat mengetahui bahwa pengunjung melihat Jakarta Aquarium Safari sebagai suatu destinasi yang dapat menenangkan pikiran, sehingga perusahaan dapat menjaga dan mengembangkan citra positif tersebut.

Selain itu, pengunjung menganggap bahwa pertunjukan dan atraksi di Jakarta Aquarium Safari sangat menghibur pengunjung dan mereka juga dapat merasakan suasana wisata yang berbeda di Jakarta Aquarium Safari. Hal ini dapat menjadi strategi yang digunakan perusahaan untuk menjaga dan meningkatkan pengalaman positif pengunjung.

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa sebagian besar pengunjung mendapatkan pelayanan yang profesional, namun perlu diperhatikan juga bahwa sebagian pengunjung lainnya merasa mendapatkan diskriminasi oleh staf Jakarta Aquarium Safari. Hal ini dapat

dimanfaatkan perusahaan untuk memperbaiki pelayanan mereka terhadap pengunjung, agar semakin banyak pengunjung yang merasa senang telah berkunjung ke Jakarta Aquarium Safari, dengan harapan akan semakin banyak pula pengunjung yang ingin mengunjungi kembali destinasi wisata tersebut.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah kurangnya data yang mendukung terkait dengan jumlah pengunjung objek wisata Jakarta Aquarium Safari. Hal tersebut karena official website Jakarta Aquarium Safari yang tidak merilis data pengunjungnya. Selain itu, masih belum banyak penelitian terdahulu yang meneliti Jakarta Aquarium Safari sehingga sumber dari penelitian ini sedikit terbatas. Untuk itu, penelitian ini dilakukan agar dapat mendorong penelitian selanjutnya mengenai variabel atau objek yang sama.

### **5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan temuan dan keterbatasan yang ada, peneliti merekomendasikan untuk dilakukan studi lebih lanjut untuk memperoleh hasil yang lebih baik dan disarankan untuk menambahkan atau memodifikasi variabel penelitian ini dengan variabel lain, seperti pengaruh E-WOM, fasilitas, produk wisata, dan lain-lain.