

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah menguji data primer mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi citra destinasi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dan dampaknya terhadap intensi mengunjungi kembali dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan variabel citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, yang memiliki nilai C.R (*Critical Ratio*) bernilai positif yaitu sebesar $7,182 > 2,00$. Sedangkan signifikan dikarenakan memiliki nilai P sebesar $*** \leq 0,05$. Oleh karena itu hipotesis pertama **diterima** dan dengan demikian ketika citra destinasi meningkat maka kepuasan pengunjung juga meningkat.
2. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, yang memiliki nilai C.R (*Critical Ratio*) bernilai positif yaitu sebesar $6,311 > 2,00$. Sedangkan signifikan dikarenakan memiliki nilai P sebesar $***$ (kurang dari $0,001$) $\leq 0,05$. Oleh karena itu hipotesis kedua **diterima** dan dengan demikian ketika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pengunjung juga meningkat.
3. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan variabel citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi

mengunjungi kembali, yang memiliki nilai C.R (*Critical Ratio*) bernilai positif yaitu sebesar $4,450 > 2,00$. Sedangkan signifikan dikarenakan memiliki nilai P sebesar *** (kurang dari $0,001 \leq 0,05$). Oleh karena itu hipotesis ketiga **diterima** dan dengan demikian ketika citra destinasi meningkat maka intensi mengunjungi kembali juga meningkat.

4. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi mengunjungi kembali, yang memiliki nilai C,R (*Critical Ratio*) bernilai positif yaitu sebesar $4,998 > 2,00$. Sedangkan signifikan dikarenakan memiliki nilai P sebesar *** (kurang dari $0,001 \leq 0,05$). Oleh karena itu hipotesis keempat **diterima** dan dengan demikian ketika kualitas pelayanan meningkat maka intensi mengunjungi kembali meningkat.
5. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan variabel kepuasan pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi mengunjungi kembali, yang memiliki nilai C.R (*Critical Ratio*) bernilai positif yaitu sebesar $9,287 > 2,00$. Sedangkan signifikan dikarenakan memiliki nilai P sebesar *** (kurang dari $0,001 \leq 0,05$). Oleh karena itu hipotesis kelima **diterima** dan dengan demikian ketika kepuasan pengunjung meningkat maka intensi mengunjungi kembali juga meningkat.

B. Implikasi

Hasil analisis menyatakan citra destinasi, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, serta citra destinasi, kualitas

pelayanan dan kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap intensi mengunjungi kembali. Untuk itu untuk meningkatkan intensi mengunjungi kembali pada Taman Mini Indonesia Indah harus mampu meningkatkan respon positif pada kepuasan konsumen (Y), citra destinasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) serta beberapa aspek yang perlu ditingkatkan adalah sebagai berikut:

Kualitas Pelayanan; Secara umum keseluruhan variabel dalam data deskriptif sudah menggambarkan respon yang positif terhadap TMII, kecuali variabel kualitas pelayanan menggambarkan sedikit respon negatif, ini terlihat dari aspek kepedulian pegawai kepada pengunjung yang tergambar pada analisa deskriptif pada indikator kualitas pelayanan dengan total jawaban biasa saja/ netral melebihi 30%, penulis menduga respon negatif ini disebabkan karena kurangnya pegawai yang bertugas pada *peak season* yang biasanya pada akhir pekan seperti hari Sabtu dan Minggu serta hari libur nasional seperti Tahun Baru, libur Lebaran dan hari libur lain-lain, pada kondisi ramai seperti ini rasio pengunjung dan pegawai terlalu besar sehingga menyebabkan pengunjung kesulitan mencari beberapa petugas untuk menangani kebutuhannya, selain itu mungkin disebabkan faktor lain seperti kurangnya kepedulian pegawai atau keramahan pegawai TMII kepada pengunjung sehingga pengunjung merasa kurang diperhatikan dan dipenuhi kebutuhannya.

C. Saran

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan, maka dapat diberikan beberapa saran, baik untuk Pengelola, dan juga untuk penelitian selanjutnya. Saran-saran tersebut sebagai berikut:

1. Saran Untuk Pengelola Taman Mini Indonesia Indah.

Jika dilihat dari implikasinya secara umum citra destinasi dan kepuasan pengunjung TMII sudah bagus di mata masyarakat, namun dalam hal kualitas pelayanan ada aspek yang perlu ditingkatkan; seperti pihak pengelola TMII harus menyediakan pelatihan khusus kepada para pegawainya dalam hal empati dan kepedulian kepada pengunjung karena kualitas suatu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa sangat ditentukan oleh keramah-tamahan, empati serta cara merespon kebutuhan pengunjung yang diberikan oleh lini terdepan pelayanan/ pegawai sehingga kedepannya diharapkan pegawai TMII mempunyai kemampuan dalam menghadapi dan merespon setiap kebutuhan dan keinginan dari pengunjung TMII.

TMII juga disarankan untuk menambah lebih banyak lagi pegawai dan petugas keamanan pada *peak season* dan akhir pekan karena pada saat itu banyak pengunjung yang berkunjung ke TMII yang memerlukan pelayanan dari pegawai TMII. Pihak pengelola TMII juga harus selalu mengevaluasi setiap saran dan kritik yang masuk serta selalu meningkatkan kualitas pelayanannya kepada pengunjung, agar

kedepannya pengunjung puas dan bisa meningkatkan kunjungan ulang wisatawan yang berkunjung ke TMII.

2. Saran Utuk Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda, namun dengan variabel yang sama yaitu variabel citra destinasi, kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung dan intensi mengunjungi kembali.
- b. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya agar lebih banyak lagi mengambil responden untuk diteliti.
- c. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan variabel lain yang lebih menarik untuk diteliti seperti variabel *perceive value*, *motivation*, *price*, *experience* serta *expectation* sebagai acuan dalam pengujian kembali apakah variabel-variabel tersebut dapat mempengaruhi intensi mengunjungi kembali juga untuk memperkaya variasi dalam penelitian.