

BAB V SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Objek Wisata Pantai Mliwis Ambal, maka dapat disimpulkan uraian sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini variabel *tourist attraction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *tourist satisfaction*. Artinya apabila semakin baik *tourist attraction* maka akan semakin meningkat pula *tourist satisfaction* pada Objek Wisata Pantai Mliwis Ambal.
2. Dalam penelitian ini variabel *service quality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *tourist satisfaction*. Artinya apabila semakin baik *service quality* maka akan semakin meningkat pula *tourist satisfaction* pada Objek Wisata Pantai Mliwis Ambal.
3. Dalam penelitian ini variabel *tourist attraction* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *revisit intention*. Dalam pengujian hipotesis pada penelitian ini mengindikasikan bahwa ternyata indikator-indikator yang terdapat pada *tourist attraction* cukup untuk meningkatkan tingkat *revisit intention* pada Objek Wisata Pantai Mliwis Ambal.
4. Dalam penelitian ini variabel *service quality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *revisit intention*. Dalam pengujian hipotesis dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa

ternyata indikator-indikator yang terdapat pada *service quality* cukup untuk meningkatkan tingkat *revisit intention* pada Objek Wisata Pantai Mliwis Ambal.

5. Dalam penelitian ini variabel *tourist satisfaction* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *revisit intention*. Artinya apabila semakin baik *tourist satisfaction* maka akan semakin meningkat pula *revisit intention* pada Objek Wisata Pantai Mliwis Ambal.
6. Dalam penelitian ini variabel *tourist satisfaction* mampu secara signifikan untuk menjadi pemediasi antara variabel *tourist attraction* terhadap variabel *revisit intention*.
7. Dalam penelitian ini variabel *tourist satisfaction* mampu secara signifikan untuk menjadi pemediasi antara variabel *service quality* terhadap variabel *revisit intention*.

5.2. Keterbatasan

Penelitian yang dilaksanakan ini mempunyai keterbatasan, oleh karena itu keterbatasan ini perlu di perhatikan untuk peneliti-peneliti selanjutnya, keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penulis mengalami keterbatasan dalam proses pengumpulan data menggunakan kuesioner yaitu tidak bisa bertemu langsung dengan responden dalam satu waktu, sehingga memakan waktu yang cukup lama, serta keterbatasan penelitian dalam mendampingi responden secara langsung untuk memberikan pemahaman dan pengarahan

mengenai maksud dari isi pernyataan kuesioner.

2. Subyek dalam penelitian ini terbatas pada pengunjung objek wisata Pantai Mliwis Ambal yang pernah berkunjung minimal dua kali kunjungan dalam kurun waktu tiga tahun terakhir dengan jumlah sampel 100 responden. Penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan data-data pendukung penelitian menggunakan kriteria subyek penelitian yang lebih bervariasi atau menggunakan kriteria yang lebih spesifik, sehingga jumlah responden yang diteliti lebih khusus dan dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih mendekati kebenarannya.
3. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, hasil uji Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa pada Substruktural I memiliki nilai *Adjusted R²* sebesar 0,381. Artinya hanya 38,1 % variabel *tourist satisfaction* dapat dijelaskan oleh variabel *tourist attraction* dan *service quality*, sedangkan sisanya 61,9 % dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan menjelaskan dari variabel *tourist attraction* dan *service quality* terhadap variabel *tourist satisfaction* cukup rendah, meskipun hasil uji t menunjukkan bahwa *tourist attraction* dan *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *tourist satisfaction*. Sedangkan hasil uji Struktural II menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R²* persamaan II sebesar 0,397. Artinya 39,7 % variabel *revisit intention* dapat dijelaskan oleh variabel *tourist attraction*, *service quality* dan *tourist satisfaction*

sedangkan sisanya 60,3 % dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan menjelaskan dari variabel *tourist attraction*, *service quality*, dan *tourist satisfaction* terhadap variabel *revisit intention* cukup rendah, meskipun hasil uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Oleh karena itu disarankan pada peneliti selanjutnya untuk mengambil variabel yang lainnya untuk meningkatkan nilai koefisien determinasi pada Uji Substruktural I dan II atau dengan menambah variabel bebas yang lain agar semakin memperkuat hubungan yang mempengaruhi variabel terikat

5.3. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara praktis dan teoritis sebagai berikut:

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil peneliti yang dilakukan, maka peneliti memberikan saran bagi pihak -pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini antara lain:

1. *Tourist Attraction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Tourist Satisfaction* pada pengunjung Objek Wisata Pantai Mliwis Ambal. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pihak pengelola objek wisata agar bisa menambah keragaman daya tarik pada destinasi objek

wisata agar pengunjung bisa semakin banyak yang berdatangan dan merasakan kepuasan karena adanya hal yang menjadi daya tarik bagi mereka yang tidak bisa dirasakan pada objek wisata lain. Pengelola wisata juga bisa menambahkan beberapa spot foto lain yang mendukung agar pengunjung bisa berfoto-foto dengan hasil yang lebih baik lagi. Selain itu, bentuk event pariwisata yang sudah mereka lakukan secara rutin setiap bulannya agar tetap bisa selalu dipertahankan atau bahkan ditingkatkan lagi agar tetap menjadi daya tarik dan pengalaman tersendiri bagi pengunjung yang belum tentu bisa didapatkan di objek wisata lain.

2. *Service Quality* berpengaruh signifikan positif dan signifikan terhadap *Tourist Satisfaction* pada pengunjung Objek Wisata Pantai Mliwis Ambal. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pihak pengelola objek wisata agar bisa mempertahankan yang sudah baik dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap wisatawan agar bisa mendapatkan pengalaman berkunjung yang memuaskan. Bentuk pelayanan yang sudah baik, seperti harga tiket masuk, harga makanan dan minuman yang relatif lebih murah dibandingkan objek wisata lain harus bisa dipertahankan karena menjadi salah satu alasan utama pengunjung merasa puas ketika berkunjung objek wisata Pantai Mliwis Ambal. Selain itu, petugas objek wisata juga perlu meningkatkan kehandalan, keramahan, dan ketanggapan dalam melayani pengunjung yang membutuhkan bantuan. Pihak pengelola wisata juga agar bisa

lebih memperhatikan lagi kebersihan area destinasi wisata, agar pengunjung bisa betah untuk berlama-lama ketika berlibur atau berwisata.

3. *Tourist Attraction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit* pada pengunjung Objek Wisata Pantai Mliwis Ambal. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pihak pengelola objek wisata agar bisa meningkatkan daya tarik objek wisata dengan memperindah lingkungan sekitar destinasi serta memperbanyak fasilitas umum yang mendukung wisatawan sehingga mereka berminat untuk berkunjung kembali di waktu yang akan datang. Selain itu, pengelola wisata juga harus bisa menjaga keasrian lingkungan dengan tidak merusak alam.
4. *Service Quality* berpengaruh signifikan positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* pada pengunjung Objek Wisata Pantai Mliwis Ambal. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pihak pengelola objek wisata agar bisa memberikan kualitas pelayanan dengan sebaik mungkin terhadap para pengunjung serta mampu memberikan jaminan keamanan ketika berkunjung ke objek wisata Pantai Mliwis Ambal. Pihak pengelola juga disarankan untuk bisa memperhatikan kondisi tempat parkir agar memudahkan pengunjung ketika memarkirkan kendaraan khususnya ketika hari libur panjang atau ketika hari raya.
5. *Tourist Satisfaction* berpengaruh signifikan positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* pada pengunjung Objek Wisata Pantai Mliwis Ambal. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pihak

pengelola objek wisata agar bisa mempertahankan dan meningkatkan pelayanan, kenyamanan fasilitas, dan keamanan ketika berwisata sehingga pengunjung merasa senang, nyaman, dan merasakan kepuasan sehingga membuat pengunjung ingin berkunjung kembali di masa depan serta mau menceritakan pengalaman terbaik kepada orang lain ketika berkunjung ke objek wisata Pantai Mliwis Ambal.

6. *Tourist Attraction* melalui *Tourist Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* pada pengunjung Objek Wisata Pantai Mliwis Ambal. Artinya variabel *tourist satisfaction* dapat menjadi pemediasi antara variabel *tourist attraction* dan variabel *revisit intention*. Ketika pengunjung merasakan kepuasan daya tarik objek wisata Pantai Mliwis Ambal maka akan menumbuhkan rasa minat untuk berkunjung kembali. Oleh karena itu, peneliti menyarankan kepada pihak pengelola objek wisata agar bisa meningkatkan atraksi wisata, bisa dengan memperbanyak event kegiatan yang menarik seperti konser musik, pasar malam, jalan sehat, pengajian atau sholawatan, senam bersama, perlombaan dan games, ataupun pentas seni budaya.
7. *Service Quality* melalui *Tourist Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* pada pengunjung Objek Wisata Pantai Mliwis Ambal. Artinya variabel *tourist satisfaction* dapat menjadi pemediasi antara variabel *service quality* dan variabel *revisit intention*. Ketika pengunjung merasakan kepuasan dari kualitas

pelayanan pengelola objek wisata Pantai Mliwis Ambal maka akan menumbuhkan rasa minat untuk berkunjung kembali. Oleh karena itu, peneliti menyarankan kepada pihak pengelola objek wisata agar bisa meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan terbaik dan memuaskan terhadap pengunjungnya. Pengelola juga bisa untuk menambahkan shuttle atau layanan transportasi darat yang memberikan jasa angkutan dengan mengumpulkan penumpang.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, implikasi teoritis yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Tourist Attraction* terhadap *Tourist Satisfaction*

Penelitian ini menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap kepuasan. Artinya daya tarik yang dimiliki oleh objek wisata Pantai Mliwis Ambal mampu memberikan rasa puas terhadap para wisatawan yang berkunjung. Kirom dan Putra, (2018) mengungkapkan bahwa atraksi budaya, promosi, keunikan, keramahan, dan biaya untuk menciptakan daya tarik wisata dipertimbangkan untuk mengukur tingkat kepuasan mereka. Jika daya tarik seperti pemandangan destinasi objek wisata yang disuguhkan lebih dari yang diharapkan, maka akan menimbulkan kepuasan pada pengunjung. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ahmad Dayrobi dan Susilo Toto Raharjo (2020) menunjukkan bahwa daya

tarik objek wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini berarti semakin tinggi daya tarik objek wisata yang ditawarkan maka akan semakin meningkat pula tingkat kepuasan wisatawan.

2. Pengaruh *Service Quality* terhadap *Tourist Satisfaction*

Penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan. Artinya kualitas layanan yang dimiliki oleh objek wisata Pantai Mliwis Ambal mampu memberikan rasa puas terhadap para wisatawan yang berkunjung. Dewi et al., (2020) mengungkapkan apabila kinerja sesuai bahkan lebih maka pengunjung akan merasakan kepuasan dan begitu juga sebaliknya apabila pengunjung merasakan ketidakpuasan maka pengunjung akan merasa kecewa. Jika kualitas layanan yang diberikan oleh pengelola objek wisata lebih dari yang diharapkan, maka akan menimbulkan kepuasan pada pengunjung. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nouria Rahmawati, Lalu Adi Permadi, dan Baiq Handayani Rinuastuti (2021) yang berjudul "*The Influence Of Attraction, Location, And Service Quality On Revisit Intention To Sesaot Rural Tourism*" menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin meningkat pula tingkat kepuasan wisatawan.

3. Pengaruh *Tourist Attraction* terhadap *Revisit Intention*

Penelitian ini menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Artinya daya tarik yang dimiliki oleh objek wisata Pantai Mliwis Ambal mampu menimbulkan rasa minat untuk berkunjung kembali wisatawan dimasa mendatang. Hal ini sesuai dengan pernyataan Mill (2000), bahwa daya tarik adalah salah satu faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam berkunjung pada suatu daerah destinasi wisata. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Utari Puspita Sari dan Syamsul Bachri (2022) bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Hal ini berarti semakin tinggi daya tarik objek wisata yang disuguhkan maka akan semakin meningkat pula minat berkunjung kembali wisatawan.

4. Pengaruh *Service Quality* terhadap *Revisit Intention*

Penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Artinya kualitas layanan yang dimiliki oleh objek wisata Pantai Mliwis Ambal mampu memberikan rasa minat untuk berkunjung kembali bagi wisatawan. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eko Saputro, Sukimin, dan Nina Indriastuty (2020) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat kunjungan ulang wisatawan. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan pada pengunjung maka akan semakin meningkat pula minat berkunjung kembali wisatawan.

5. Pengaruh *Tourist Satisfaction* terhadap *Revisit Intention*

Penelitian ini menyatakan bahwa Kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Artinya nilai kepuasan yang dirasakan pengunjung objek wisata Pantai Mliwis Ambal mampu memberikan rasa minat untuk berkunjung kembali. Menurut Kotler (2010), kepuasan adalah rasa senang atau kecewa seseorang karena membandingkan kinerja produk yang diharapkan dengan kinerja hasil. Jika kinerja produk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, maka akan menghasilkan kepuasan di antara pelanggan. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Budiman Marpaung (2019) menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan maka akan semakin meningkat pula minat berkunjung kembali wisatawan.

6. Pengaruh *Tourist Attraction* terhadap *Revisit Intention* melalui *Tourist Satisfaction*

Penelitian ini menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali yang dimediasi oleh kepuasan wisatawan. Artinya daya tarik yang ditawarkan pada objek wisata Pantai Mliwis Ambal mampu memberikan rasa puas yang kemudian membuat wisatawan berminat untuk berkunjung kembali. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Budiman

Marpaung (2019) menunjukkan bahwa variabel kepuasan mampu memediasi antara variabel daya tarik wisata terhadap variabel minat berkunjung kembali wisatawan.

7. Pengaruh *service Quality* terhadap *Revisit Intention* melalui *Tourist Satisfaction*

Penelitian ini menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali yang dimediasi oleh kepuasan wisatawan. Artinya kualitas layanan yang diberikan oleh pengelola objek wisata Pantai Mliwis Ambal mampu memberikan rasa puas yang kemudian membuat wisatawan berminat untuk berkunjung kembali. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ilma Darajat (2021) menunjukkan bahwa variabel kepuasan mampu memediasi antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel minat berkunjung kembali wisatawan.

