

## **BAB V**

### **SIMPULAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Obyek Wisata Sagara View Of Karangbolong mengenai pengaruh *servicescape* dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *servicescape* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Artinya apabila semakin baik elemen-elemen pada *servicescape* seperti kebersihan, tata letak, pencahayaan, fasilitas fisik yang tersedia, maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung Obyek Wisata Sagara View Of Karangbolong.
2. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Artinya apabila semakin baik aksesibilitas menuju lokasi wisata, maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung Obyek Wisata Sagara View Of Karangbolong.
3. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *servicescape* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas lingkungan fisik yang baik mampu mendorong terbentuknya niat berkunjung kembali pada pengunjung Obyek Wisata Sagara View Of Karangbolong.

4. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu destinasi wisata dijangkau maka semakin tinggi pula minat pengunjung untuk kembali berkunjung ke Obyek Wisata Sagara View Of Karangbolong.
5. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung selama berada di destinasi wisata dapat berpotensi meningkatkan minat untuk berkunjung kembali ke Obyek Wisata Sagara View Of Karangbolong
6. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan kepuasan pengunjung mampu secara signifikan menjadi pemediasi antara *servicescape* terhadap minat berkunjung ulang.
7. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan kepuasan pengunjung tidak mampu secara signifikan menjadi pemediasi antara aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang.

## 5.2. Keterbatasan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu antara lain:

1. Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan dua cara, yaitu penyebaran kuesioner secara online dan offline yang memungkinkan terjadinya perbedaan karakteristik responden yang dapat mempengaruhi

cara mereka memahami dan menjawab pernyataan dalam kuesioner. Metode online memiliki keterbatasan dalam memastikan apakah responden dapat memahami isi Kuesioner dengan benar dan mengisinya dengan jujur. Sebaliknya metode offline memiliki kesempatan untuk bertanya langsung kepada peneliti jika responden mengalami kesulitan dalam memahami pernyataan Kuesioner.

2. Penelitian ini hanya melibatkan responden yang berdomisili di Kabupaten Kebumen meskipun tidak mewakili seluruh kecamatan di wilayah tersebut. Hal ini dapat membatasi perbedaan sudut pandang responden, khususnya wisatawan luar daerah yang mungkin memiliki persepsi berbeda terhadap variabel yang diteliti. Oleh karena itu diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan responden dengan melibatkan wisatawan dari luar daerah agar hasil penelitian dapat mempresentasikan pengalaman dari semua wisatawan baik dari dalam maupun luar daerah.
3. Terbatasnya jumlah artikel atau literatur yang relevan mengenai pengaruh servicescape terhadap minat berkunjung ulang dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening dalam konteks pariwisata, sehingga dapat membatasi ruang lingkup pembahasan dan penguatan argumen, karena referensi yang tersedia belum mencakup berbagai sudut pandang atau temuan dari konteks yang sama yaitu wisata.

### 5.3. Implikasi

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

#### 5.3.1. Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, berikut beberapa implikasi praktis yang dapat menjadi acuan bagi pihak terkait dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan destinasi wisata:

1. *Servicescape* dan aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada pengunjung Sagara View Of Karangbolong. Hal ini menunjukkan bahwa *servicescape* atau lingkungan fisik yang dikelola dengan baik dan optimal serta kenyamanan yang diperoleh oleh pengunjung dalam mencapai lokasi wisata dapat meningkatkan kepuasan. Dalam hal ini, kualitas *servicescape* menjadi faktor yang perlu terus ditingkatkan oleh pengelola wisata. Selain itu, aksesibilitas juga menjadi elemen penting yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung, tergantung pada seberapa mudah mereka menjangkau destinasi tersebut. Oleh karena itu, pengelola wisata diharapkan untuk mampu secara konsisten melakukan evaluasi dan pengembangan terhadap kualitas lingkungan fisik dan aksesibilitas destinasi agar terciptanya pengalaman wisata yang memuaskan dan berkesan bagi pengunjung.
2. *Servicescape* dan aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang pada pengunjung Sagara View Of

Karangbolong. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *servicescape* dan kemudahan akses menuju destinasi memiliki peran penting terhadap keputusan pengunjung untuk kembali berkunjung di masa depan. Pengunjung cenderung mengingat dan kembali ke destinasi yang tidak hanya menawarkan visual yang indah tetapi juga mampu memberikan kenyamanan untuk pengunjung selama berada di lokasi. Kenyamanan ini terbentuk melalui lingkungan fisik yang tertata dengan baik serta akses terkait informasi destinasi dan perjalanan yang mudah dijangkau menuju destinasi. Oleh karena itu, diharapkan pengelola dapat menjadikan pengelolaan *servicescape* dan optimalisasi aksesibilitas sebagai prioritas dalam strategi pengembangan destinasi kedepannya.

3. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang pada pengunjung Sagara View Of Karangbolong. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan yang dirasakan pengunjung selama berkunjung seperti dari aspek layanan, keindahan, kenyamanan, fasilitas fisik, dan akses yang baik dapat memicu keinginan untuk kembali berkunjung dimasa mendatang. Semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung maka semakin besar peluang untuk berkunjung kembali. Oleh karena itu pengelola diharapkan untuk memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan, serta kenyamanan pengunjung agar dapat menciptakan

pengalaman menyenangkan dan meningkatkan kepuasan yang dapat membentuk minat berkunjung ulang wisatawan.

4. Kepuasan memediasi secara positif dan signifikan pengaruh *servicescape* terhadap minat berkunjung ulang pada pengunjung Sagara View Of Karangbolong. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun lingkungan fisik (*servicescape*) memiliki pengaruh langsung terhadap minat berkunjung ulang, pengaruh tersebut akan menjadi lebih kuat apabila pengunjung merasa puas dengan kunjungan. Dengan kata lain *servicescape* yang dirancang dengan baik akan menciptakan pengalaman yang menyenangkan yang dapat menumbuhkan rasa puas yang dimana kemudian dapat mendorong niat untuk melakukan kunjungan ulang di masa depan. Oleh karena itu pengelola diharapkan untuk tidak hanya berfokus pada perbaikan fisik atau estetika lingkungan saja, tetapi juga harus memastikan bahwa seluruh elemen dalam destinasi mampu menciptakan kenyamanan dan kepuasan bagi pengunjungnya.
5. Kepuasan tidak dapat memediasi hubungan antara aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang pada pengunjung Sagara View Of Karangbolong. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan tidak memainkan peran dalam menjembatani pengaruh aksesibilitas terhadap niat berkunjung kembali. Artinya, kemudahan akses menuju destinasi belum cukup untuk membentuk rasa puas yang mendorong keinginan pengunjung untuk kembali. Oleh karena itu,

aksesibilitas perlu diintegrasikan dengan peningkatan kualitas destinasi, karena kemudahan mencapai lokasi saja tidak cukup untuk menarik minat pengunjung untuk kembali tanpa disertai pengalaman yang memuaskan selama berada di tempat wisata. Serta pengelola perlu mengevaluasi kembali kemudahan mobilitas bagi berbagai segmen wisatawan, termasuk mereka yang tidak menggunakan kendaraan pribadi.

### 5.3.2. Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, implikasi teoritis dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Artinya *servicescape* dalam destinasi mampu mempengaruhi kepuasan pengunjung. *Servicescape* didefinisikan sebagai kondisi yang terlihat secara nyata sebagai suatu lingkungan fisik di mana layanan dilakukan, dan bagaimana lingkungan tersebut memberikan dampak, salah satunya seperti memberikan kenyamanan dan kepuasan pada pelanggan (Nafisah, 2020). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Regina Dewi Hanifah, Rilla Rianty, dan Sundring Pantja Djati (2022) yang menyatakan bahwa *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

## 2. Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Artinya aksesibilitas dalam destinasi mampu mempengaruhi kepuasan pengunjung. Aksesibilitas yang baik merupakan salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan, wisatawan akan lebih nyaman ketika aksesibilitas dalam keadaan baik dan membuat kegiatan wisata berjalan baik (Handayani et al., 2019). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurbaeti, Myrza Rahmaita, Amrullah, Heny Ratnaningtyas, dan Elda Nurmalinda (2022) yang menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

## 3. Pengaruh *Servicescape* Terhadap Minat Berkunjung Ulang

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *servicescape* berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Artinya *servicescape* dalam destinasi mampu mempengaruhi minat berkunjung ulang. *Servicescape* atau lingkungan fisik yang baik akan membuat konsumen lebih merasa nyaman dan senang saat berkunjung dengan merasakan layanan yang diberikan (Rahmania et al., 2024). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Winda Evelyn Cahyuni (2023) yang menyatakan bahwa *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang.

#### 4. Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Artinya aksesibilitas dalam destinasi mampu mempengaruhi minat berkunjung ulang. Aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan lokasi suatu destinasi untuk dijangkau, meliputi kemudahan waktu, biaya, dan usaha dalam melakukan perpindahan antar tempat-tempat atau kawasan tertentu (Prawira & Pranitasari, 2020). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iranita, dan Putra Alamsyah (2019) yang menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang.

#### 5. Pengaruh Kepuasan Pengunjung Terhadap Minat Berkunjung Ulang

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Artinya kepuasan yang dirasakan pengunjung saat berkunjung mampu mempengaruhi minat berkunjung ulang. Kepuasan pengunjung merupakan faktor yang sangat penting, karena kepuasan menjadi penentu keberlanjutan suatu objek wisata, dimana ketika wisatawan mendapatkan kepuasan saat berkunjung besar kemungkinan mereka akan berkunjung kembali (Khotimah & Astuti, 2022). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Regina Dewi Hanifah, Rilla Rianty, dan Sundring Pantja Djati

(2022) yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang.

6. Pengaruh

7. *Servicescape* Terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Pengunjung sebagai variabel intervening.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan mampu memediasi hubungan antara *servicescape* terhadap minat berkunjung ulang. Artinya *servicescape* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap keinginan pengunjung untuk berkunjung kembali, yaitu melalui kepuasan yang dirasakan pengunjung selama kunjungan. Lingkungan fisik yang nyaman dan tenang dapat menciptakan kesan positif bagi pelanggan, yang mana pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Lesmana ardi, Dewi Candra, 2024). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ardi Lesmana, Luh Komang Candra Dewi, dan Gede Anindya Perdana Putra (2024) yang menyatakan bahwa *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang.

8. Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Pengunjung sebagai variabel intervening.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan tidak mampu memediasi hubungan antara aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang. Artinya walaupun suatu destinasi memiliki

aksesibilitas yang baik, hal tersebut tidak secara otomatis meningkatkan kepuasan pengunjung yang berdampak pada keinginan untuk kembali berkunjung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Diana Ambarwati, Nuril Aulia Munawaroh (2023) yang menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung tidak dapat memediasi pengaruh tidak langsung variabel aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang.

