BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya mengenai pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, dan *Experiental Marketing*, terhadap Loyalitas melalui Kepuasan pengunjung Taman Pintar Yogyakarta, dapat diambil beberapa kesimpulan yang diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Citra Destinasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Taman Pintar Yogyakarta.**

   Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada uji t menunjukkan bahwa Citra Destinasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Pintar Yogyakarta.

2. **Fasilitas Wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Taman Pintar Yogyakarta.**

   Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada uji t menunjukkan bahwa Fasilitas Wisata tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Pintar Yogyakarta.

3. ***Experiental Marketing* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Taman Pintar Yogyakarta.**

   Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada uji t menunjukkan bahwa *Experiental Marketing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Pintar Yogyakarta.

4. **Kepuasan Pengunjung Taman Pintar Yogyakarta.**

   Berdasarkan hasil analisis deskriptif, Kepuasan di mata responden secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Dari keseluruhan item pernyataan Kepuasan yang mendapat tanggapan responden paling rendah adalah pernyataan bahwa Taman Pintar Yogyakarta telah memenuhi ekspektasi pengunjung, hal tersebut terjadi karena dari pihak pengunjungnya yang kurang memperhatikan dan berfokus pada wahana edukasi yang telah

disajikan Taman Pintar, atau juga kurangnya minat dan ketertarikan akan wisata edukasi sains.

5. **Loyalitas Pengunjung Taman Pintar Yogyakarta.**

   Berdasarkan hasil analisis deskriptif, Loyalitas di mata responden secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Dari keseluruhan item pernyataan Loyalitas yang mendapat tanggapan responden paling rendah dengan kategori baik, yaitu pada dimensi kekebalan (*immunity*) tentang menjadikannya Taman Pintar Yogyakarta sebagai tujuan utama untuk berwisata di Yogyakarta, hal ini dikarenakannya banyak tempat wisata yang baru dan keinginan wisatawan yang berbeda-beda dan keinginan mengunjungi tempat wisata baru yang belum pernah dikunjunginya.

6. **Pengaruh Citra Destinasi terhadap Loyalitas Pengunjung Taman Pintar Yogyakarta.**

   Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada uji t variabel Citra Destinasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Loyalitas Pengunjung Taman Pintar Yogyakarta.

7. **Pengaruh Fasilitas Wisata berpengaruh terhadap Loyalitas Pengunjung Taman Pintar Yogyakarta.**

   Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada uji t variabel Fasilitas Wisata tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pengunjung Taman Pintar Yogyakarta.

8. ***Experiental Marketing* berpengaruh terhadap Loyalitas Pengunjung Taman Pintar Yogyakarta.**

   Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada uji t variabel *Experiental Marketing* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pengunjung Taman Pintar Yogyakarta.

9. **Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan *Experiental Marketing* berpenngaruh terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pengunjung Taman Pintar Yogyakarta.**

   Berdasarkan hasil perhitungan koefisien jalur pada variable keseluruhan yang meliputi Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, dan *Experiental Marketing* yang secara bersama–sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Loyalitas melalui Kepuasan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran bagi Pengelola Taman Pintar

1. Perusahaan agar memperhatikan dan meningkatkan variabel Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, *Experiental Marketing*, Kepuasan dan Loyalitas yang berdasarkan hasil analisis deskriptif sudah dinyatakan baik menurut tanggapan responden sehingga ke depannya bisa berada dalam kategori sangat baik. Disamping itu perusahaan agar memperhatikan dan memperbaiki faktor – faktor yang dinyatakan kurang baik oleh responden:
   a. Untuk variabel Citra Destinasi dimensi Budaya, Sejarah, dan Seni (*culture, history, art*) mengenai Taman Pintar merupakan tempat wisata bersejarah, disarankan agar Taman Pintar membangun museum atau wahana yang isinya tentang sejarah negara Indonesia ataupun Dunia agar pengunjung teredukasi dan menambah informasi pengunjung mengenai sejarah negara Indonesia maupun seluruh Dunia. Dimensi Fasilitas umum (*general infrastructure*) mengenai kondisi jalan dan transportasi umum disekitar Taman Pintar mudah didapat, disarankan Taman Pintar menambah lahan parkir baru agar kemacetan di sekitar Taman Pintar berkurang dan kondisi jalan menjadi semakin membaik. Taman Pintar disarankan untuk bekerja sama dengan penyedia angkutan umum agar pengunjung yang tidak membawa kendaraan mudah untuk mendapatkan angkutan umum.
   b. Variabel Fasilitas Wisata mengenai dimensi mudah untuk mendapatkan Bus dirasa masih kurang dari penilaian baik, disarankan agar Taman Pintar memberikan shuttle bus ditujukan untuk para pengunjung yang parkir kendaraannya jauh dari Taman Pintar sehingga bisa memberikan fasilitas yang maksimal untuk pengunjung Taman Pintar Yogyakarta.
   c. Untuk variabel *Experiental Marketing* dimensi Aksi (*Act*) mengenai pengunjung yang datang ke Taman Pintar karena ingin mencari edukasi yang belum didapatkan. Disarankan agar perusahaan menambahkan edukasi sains baru atau merubah suasana agar lebih diperbarui. Hal ini dilakukan agar para pengunjung yang datang akan benar – benar merasakan edukasi yang baru di Taman Pintar Yogyakarta.

2. Taman Pintar Yogyakarta agar memperhatikan dan meningkatkan variabel Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, dan *Experiental Marketingnya* karena berdasarkan hasil penelitian variabel tersebut merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan pengunjung. Disamping itu Taman Pintar juga harus memperhatikan variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas pelayanan dan bauran pemasaran jasa yang merupakan faktor lain pendukung kepuasan pengunjung. Dan juga banyak disarankan untuk Taman Pintar Yogyakarta agar lebih teliti dalam merespon baik masukan dan kritikan yang diberikan pengunjung agar kuwalitas pelayanan yang diberikan lebih baik lagi yang meliputi aspek:

   a. Taman Pintar Yogyakarta agar mempertahankan variabel *Experiental Marketing* karena berdasarkan hasil penelitian variabel tersebut merupakan variabel yang memiliki pengaruh tertinggi dalam mempengaruhi kepuasan pengunjung.

   b. Taman Pintar juga harus memperhatikan kualitas Citra Destinasi dan kualitas Fasilitas Wisatanya yang berdasarkan hasil penelitian tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung dengan cara menambahkan atraksi wisata, memperbaiki infrastruktur wisata, dan menambah fasilitas tempat parkir yang memadai agar Taman Pintar memiliki Citra yang baik di mata konsumen.

   c. Variabel Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, *Experiental Marketingnya* dan Kepuasan agar diperhatikan dan ditingkatkan karena berdasarkan hasil penelitian variabel tersebut merupakan variabel yang mempengaruhi Loyalitas pengunjung.

5.2.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan banyak keterbatasan dan semampunya dalam menulis, sehingga banyaknya mungkin hambatan yang membuat terlalu lama dalam penulisan karya ilmiah tesis ini, diantaranya hambatan itu adalah:

1. Penelitian ini menggunakan google form yang diantaranya mereka yang kurang mengerti tentang pengisiannya dan jumlah kuesioner yang dianggapnya terlalu banyak.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas melalui Kepuasan Pengunjung

Taman Pintar Yogyakarta ini hanya menggunakan 3 variabel yaitu Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Experential Marketing, sedangkan masih banyak faktor yang mempengaruhi ke 3 variabel tersebut.

3. Penelitian melibatkan subyek penelitian dalam jumlah terbatas, yakni sebanyak 100 orang, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada kelompok subyek dengan jumlah yang besar.

5.2.2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya meneliti tentang pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, dan *Experiental Marketing*, terhadap Loyalitas melalui Kepuasan pengunjung Taman Pintar Yogyakarta, maka untuk peneliti selanjutnya disarankan:

1. Melakukan pengambilan sampel melalui sebar kuesioner secara manual agar dapat mudah dan dimengerti oleh khalayak publik atau pengunjung yang sedianya mudah untuk dibaca, dimengerti dan jumlah pertanyaan kuesioner yang dianggapnya tidak terlalu banyak.
2. Mengaitkan variabel Citra Destinasi dengan variabel selain Loyalitas, misalnya *brand awareness*, sehingga hasil penelitian ini dapat memperkaya bidang keilmuan, khususnya pada bidang manajemen pemasaran.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak subyek penelitian, sehingga hasilnya dapat digeneralisir dalam kelompok subyek yang lebih luas.