

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur seberapa besar pengaruh persepsi harga (X) terhadap kepuasan pengunjung (Y) dalam berwisata di Dago Dreampark. Berdasarkan hasil analisis dan perhitungan yang telah dilakukan terhadap variabel persepsi harga dan kepuasan pengunjung maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi pengunjung terhadap harga yang ditawarkan Dago Dreampark menunjukkan persepsi yang baik, dengan persentase jawaban (rata-rata) responden sebesar 77,5%. Persentase tersebut termasuk ke dalam kategori tinggi atau baik. Indikator dengan skor tertinggi adalah indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk yaitu tepatnya berada pada pernyataan “Harga tiket masuk dan harga wahana yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas yang tersedia” menjadi salah satu hal yang menciptakan persepsi yang baik dari pengunjung, hal ini dilihat karena pernyataan tersebut memperoleh skor tertinggi yaitu sebanyak 523 atau sekitar 81,7%.
2. Tingkat kepuasan pengunjung dapat disimpulkan bahwa pengunjung merasa puas ketika berwisata di Dago Dreampark, dengan perolehan persentase jawaban (rata-rata) responden yaitu sebesar 79,6% yang mana angka persentase tersebut menunjukkan atau termasuk ke dalam kategori tinggi atau baik. Pengunjung puas ketika berwisata di DDP karena adanya kesesuaian antara harapan dengan hasil kinerja produk/jasa yang diperoleh saat berwisata, sehingga hal tersebut juga meningkatkan minat berkunjung kembali dan niat merekomendasikan dari para pengunjung. Indikator yang paling berpengaruh yaitu indikator niat merekomendasikan, khususnya pada pernyataan “Saya akan merekomendasikan kepada teman atau keluarga untuk berkunjung karena Dago Dreampark memiliki pelayanan yang memuaskan”. Hasil tersebut didasarkan pada pengalaman positif yang didapatkan oleh pengunjung saat berwisata di DDP sehingga hal

tersebut memunculkan niat atau keinginan pengunjung untuk merekomendasikan DDP ke teman/keluarga/kerabatnya

3. Berdasarkan hasil analisis dan perhitungan menggunakan *IBM SPSS* versi 25.0 dihasilkan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan antara variabel persepsi harga (X) terhadap kepuasan pengunjung (Y) yaitu sebesar 60,6% (tingkat pengaruh yang kuat).

## 5.2 Saran

Saran dalam penelitian ini menyesuaikan dengan pembahasan penelitian ini yaitu terkait persepsi harga pada kepuasan pengunjung dalam berwisata di Dago Dreampark. Berikut ini merupakan saran-saran yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi praktisi di bidang kepariwisataan, dapat melakukan penelitian terkait peranan persepsi harga terhadap kepuasan pengunjung di suatu daya tarik wisata atau destinasi wisata lainnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya perlu mempertimbangkan faktor lainnya yang dapat menjadi bahan penelitian, seperti aktivitas wisata, produk wisata, fasilitas, *tourist experience*, dan aksesibilitas wisata yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Bagi pengelola daya tarik wisata Dago Dreampark, meskipun keempat indikator harga (keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat) dan 3 indikator kepuasan (kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan niat merekomendasikan) menunjukkan hasil yang masuk ke dalam kategori yang baik, namun tentunya masih perlu ditingkatkan kembali karena masih terdapat kekurangan dan masih terdapat beberapa pengunjung yang memiliki persepsi kurang baik terhadap harga maupun tingkat kepuasannya saat berwisata di DDP.

Pada variabel persepsi harga, skor terendah berada pada indikator daya saing harga, tepatnya pada item pernyataan “harga (tiket masuk dan tiket wahana) Dago Dreampark lebih murah dibandingkan dengan tempat wisata lainnya” dengan demikian disimpulkan bahwa pengunjung merasa harga yang ditawarkan DDP masih sama dengan/atau bahkan tidak

semurah dengan tempat wisata lain. Hal ini dikarenakan saat berwisata di DDP mereka justru mengeluarkan lebih banyak biaya untuk naik wahana-wahana yang ada (harga tiket yang dibayarkan di awal tidak *include* dengan wahana yang di dalamnya selain 5 wahana *free*). Sehingga beberapa pengunjung mengeluh dengan hal tersebut, tidak adanya informasi mengenai tiket terusan atau *all in* di awal kedatangan juga membuat pengunjung merasa kurang puas terhadap harga yang ditawarkan karena mereka baru mengetahui saat sudah naik wahana atau justru saat akan pulang. Kemudian pada variabel kepuasan pengunjung, skor terendah berada pada indikator minat berkunjung kembali “saya berminat untuk berkunjung kembali karena terdapat manfaat dan nilai yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk”.

Melihat dari hal tersebut, maka diperlukan adanya pemberian kualitas yang baik (dari segi produk, fasilitas dan kualitas layanan serta manfaat dan nilai yang diberikan) sehingga pengunjung akan merasa puas karena harga yang ditawarkan sesuai dengan apa yang mereka dapatkan. Selain itu pemberian informasi yang jelas mengenai sistem harga tiket masuk dan wahana perlu disebarakan secara merata baik melalui *website* resmi, ataupun pemberian informasi langsung di loket pertama (loket masuk/awal kedatangan pengunjung).

Selain saran di atas, pihak DDP juga perlu mempertahankan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung, karena bagaimanapun kepuasan pengunjung akan mempengaruhi *word of mouth* dan juga niat berkunjung kembali para wisatawan atau pengunjung. Karena pada dasarnya mempertahankan pengunjung *repeater* akan lebih sulit dibandingkan dengan mendatangkan pengunjung baru, sehingga usaha-usaha untuk membuat pengunjung merasa puas saat berwisata di DDP sangat diperlukan untuk membuat DDP menjadi daya tarik wisata yang *sustain* secara bisnis pariwisata.

4. Bagi pengelola tempat wisata lainnya juga perlu memperhatikan tingkat kepuasan pengunjung baik dengan mengadakan inovasi baru yang dapat memberikan pengalaman baru untuk pengunjung serta

mempertimbangkan harga yang baik sesuai dengan apa yang didapatkan, sehingga hal tersebut akan memunculkan persepsi yang baik dari pengunjung. Selain hal tersebut nyatanya pengunjung juga merasa bahwa faktor lain yang membuat mereka merasa puas saat berwisata yaitu seperti fasilitas, aksesibilitas, atraksi, lokasi, suasana, pelayanan, keindahan alam/lingkungan wisata, aktivitas yang dapat dilakukan, desain wahana, dan pengalaman berwisata. Oleh sebab itu pengelola sebuah daya tarik wisata atau destinasi wisata perlu memperhatikan hal-hal tersebut untuk menciptakan kepuasan pengunjung.